

SOCIALES en DEBATE 10

La producción musical independiente como trabajo creativo

GUILLERMO MARTÍN QUIÑA

DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES. DOCENTE DE LA MATERIA TEORÍA SOCIOLOGICA CONTEMPORÁNEA EN LA CARRERA DE SOCIOLOGÍA, UBA. INTEGRANTE DEL PROYECTO UBACyT "SENSIBILIDADES E IMAGINARIOS EN LAS PRODUCCIONES CULTURALES ARGENTINAS DE LA ÚLTIMA DÉCADA" (IIGG) Y PROFESOR REGULAR ADJUNTO DE LA MATERIA INDUSTRIAS FONOGRAFICAS EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA.

Enmarcado en el contexto de la denominada economía creativa y la concepción de la cultura como un recurso para el desarrollo social y económico, el concepto de *trabajo creativo* se ha expandido durante los últimos diez años. Esto ocurrió en el ámbito de políticas públicas, así como en el privado ligado a las industrias creativas. Éstas comenzaron siendo definidas por el gobierno británico en 1998 como “aquellas que tienen origen en la creatividad, destreza y talento individual y las cuales tienen un potencial para la creación de riqueza y trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”. Sin embargo, distintos investigadores han venido señalando que reproducen las mismas condiciones de precarización que otros rubros de la actividad económica global, aunque apelando a nociones de autonomía, flexibilidad y libertad creativa.

Ahora bien, ¿qué significaciones asume este trabajo “creativo” para los propios trabajadores? ¿En qué condiciones concretas se realiza? ¿Qué tipo de organización sindical acompaña o sostiene sus reclamos y conflictos laborales? ¿Cuál es el papel del Estado en su despliegue? Proponemos indagar y debatir estas y otras cuestiones vinculadas con el *trabajo creativo*, a partir del caso de la producción de música independiente, para lo que apelamos al análisis de entrevistas, encuestas y datos estadísticos del sector.

El *trabajo creativo* en América Latina

En América Latina distintos organismos oficiales y supranacionales han apelado, en los últimos años, al concepto de industrias creativas como una oportunidad para motorizar el desarrollo económico, social y cultural en la región (Yúdice, 2002). Tras la adopción temprana del término en 2003 por el gobierno colombiano (en un programa patrocinado por el *British Council*), en apenas seis años la noción ya integraba políticas y programas de gran parte de los gobiernos de la región: de Brasil en 2005, Uruguay en 2007, Chile y la Ciudad de Buenos Aires en 2008.

En este marco surge el siguiente interrogante: ¿Qué es el *trabajo creativo*? Además de lo problemático que resulta definirlo a partir de una noción de creatividad (cuando es precisamente la capacidad de crear cosas útiles para satisfacer necesidades lo que caracteriza al trabajo humano), habitualmente se alude a la labor de quienes —se asume— constituyen el corazón de las industrias creativas: diseñadores, publicistas, artistas, arquitectos, compositores, desarrolladores de software, entre otros.

Sin embargo, esta mirada evidencia un sesgo individualista: ¿existen realmente individuos “creativos”? ¿es posible escindir sus actividades del conjunto de trabajos que intervienen en los procesos de producción, distribución y consumo de las industrias creativas? Por el contrario, ello parece responder a un relato modélico del trabajo creativo que puede volverlo más “simpático”, pero que no responde a la verdadera integración de las distintas tareas y actividades en los procesos reales de producción cultural.

Si bien desde el sentido común sobre el *trabajo creativo* suelen girar en torno a representaciones de jóvenes profesionales en clima distendido, emprendedores exitosos, trabajo colaborativo en red o condiciones laborales que incluyen sesiones de yoga o masajes, en el plano empírico se observan relaciones laborales informales e inestables, bajos salarios, extensas jornadas laborales, deficientes condiciones de seguridad e higiene, (entre otros), a la par de otras fracciones de la clase trabajadora (Hesmondhalgh y Baker, 2011). Algunos incluso han señalado que estos trabajadores representan un tipo de contratación de fuerza de trabajo, tanto dentro como fuera de las industrias creativas, donde la figura del trabajador individual, emprendedor, usuario de TICs, encarna el nuevo modelo de trabajo a escala global, lo que permitiría comprenderlos dentro del conjunto de la clase trabajadora.

La producción musical independiente como *trabajo creativo*

Uno de los fenómenos más característicos de las industrias creativas a escala global es la producción musical independiente, cuyo crecimiento se ha nutrido de las nuevas tecnologías digitales, las redes sociales virtuales, el intercambio de archivos *peer to peer* (P2P), el trabajo autogestivo de los propios músicos y la proliferación de pequeños sellos editoriales. Se

constituyó así un espacio alternativo al circuito de las compañías discográficas multinacionales, los consorcios multimedia y los grandes conciertos.

Este espacio plantea objetivos de índole estética, ideológica o política (sin necesariamente excluir el lucro) y alberga una heterogeneidad de actores de distintos tamaños y vínculos con instituciones gubernamentales, así como grandes compañías discográficas, que proporciona una singular riqueza para el análisis de los procesos de producción y el trabajo en la cultura contemporánea.

Si bien los músicos, profesionales, técnicos o asistentes no reconocen su trabajo como “creativo”, en el trabajo de campo emergieron representaciones que permiten caracterizarlo como tal, tanto en sus definiciones como en las expectativas e inquietudes que despierta el concepto. Por lo tanto, más allá del reconocimiento formal de la música como industria creativa (por parte de los programas e instituciones gubernamentales a ella dirigidos), para considerarlo parte del *trabajo creativo* recuperamos la perspectiva de los propios actores, así como los rasgos del propio trabajo realizado.

A grandes rasgos, el proceso de trabajo musical (en vivo o editado) comprende: un ejercicio o práctica; la composición y/o ejecución musical y su administración; los medios de producción del músico (principalmente instrumentos musicales, aunque también los equipos de edición) y, finalmente, los músicos. En la producción musical independiente, sin embargo, se observa una particularidad que los músicos reconocen como una gran ventaja gracias a las tecnologías digitales: los medios para producir música están en manos de ellos mismos. Tienen a disposición una porción significativa de los medios necesarios para la producción musical, fundamentalmente en cuanto a la edición discográfica, aunque no sólo limitada a ella. De esta forma los músicos evitan el conflicto entre propietarios y trabajadores, propio de otras industrias culturales, como el cine o la TV, caracterizadas por grandes empresas que concentran los medios de producción y donde la tensión entre empresarios y trabajadores se manifiesta más claramente. Esto permite que la “libertad creativa”, noción con la cual se significa el proceso de trabajo de la música independiente, presente como una de sus condiciones a la propiedad de los medios de producción.

En el trabajo de campo advertimos que los actores se representan la música independiente como una actividad triplemente valorada, donde pareciera no haber alienación: a) el trabajador no se encuentra alienado respecto del objeto de su trabajo, asumiéndose éste como original; b) tampoco lo está de su actividad vital, esto es, su trabajo, en virtud de representarse libre en las distintas etapas del proceso de producción musical; c) no está alienado de su ser genérico, en tanto puede expresarse a través de la música y entablar de ese modo una relación auténtica con sus pares.

Sin embargo, esto no debe conducir al error de suponer que la música independiente constituye la nueva promesa del reino de la libertad. En la música independiente, el trabajador se aliena de su objeto de trabajo, al asumir éste la forma mercantil para circular y, por lo tanto, no le pertenece a él sino al capital discográfico a cuyos procesos de acumulación la originalidad de sus obras musicales alimenta (aunque él se lo represente como un disco que él mismo eligió editar); de su actividad vital, en tanto su producto debe constituir un objeto para el cambio, es decir, representar una utilidad social cuya realización en el intercambio sostiene el proyecto musical (su música debe tener un público si pretende reproducirse como música); se aliena también de su ser genérico ya que la mentada autenticidad del músico independiente constituye el ropaje con el cual se viste la relación mercantil (camuflada bajo apariencias de emprendedorismo y autogestión) para no reconocerse tal.

¿Trabajadores o emprendedores creativos?

Una de las figuras más difundidas con relación al trabajo y las industrias creativas es la del emprendedor, la misma es reconocida como la forma más apropiada para encarar los desafíos del “trabajo creativo”. Esta noción se enmarca en un conjunto de transformaciones tecnológicas en permanente cambio, a cuya dinámica resultaría inadecuada la contratación “clásica” de la fuerza de trabajo. Esto tiene lugar en el contexto del giro neoliberal que han adoptado las políticas culturales en los últimos veinte años a escala global, incentivando la lógica privada de la gestión cultural y en sintonía con la proclama de la creciente importancia de las industrias creativas para la economía, lo cual a su vez tiene lugar frente a una

generalizada omisión de los Estados sobre las condiciones concretas en que se desenvuelven las industrias que tanto se encargan de promover.

En este marco, en la música independiente el músico es reconocido como gestor, inversor y promotor de su propio trabajo en plena libertad, sin que ello erosione en modo alguno la hegemonía del capital en la producción cultural. Por su parte, los productores privados e independientes de mercancías musicales permiten a los grandes sellos renovar sus catálogos sin la necesidad de invertir en experimentar, desarrollar ni editar el trabajo de los músicos, ya que solamente compran los derechos lo producido de modo privado (recuérdese la importancia de la propiedad intelectual en la definición de las industrias creativas).

Sin embargo, esta contradicción suele desestimarse idealmente mediante la apelación a nociones tales como *do what you love* (haz lo que amas) y su contraparte *love what you do* (ama lo que haces), que más allá de la actividad cultural o creativa se ha consolidado como un mandato hegemónico del capitalismo actual (Tokumitsu, 2014), tras el cual tiende a diluirse el carácter laboral. De este modo, el *trabajo creativo* se concibe como una actividad donde los sujetos se “realizan”, contribuyendo a “humanizar” el proceso terciarizador que desconoce la relación salarial de los trabajadores de la cultura.

Las consecuencias sobre la organización colectiva no son menores. Primero, porque las organizaciones gremiales tradicionales del sector se muestran inadecuadas para intervenir allí donde no se despliegan relaciones de dependencia formales. Segundo, porque eso es aprovechado por la parte patronal para imponer peores condiciones de trabajo. Tercero, porque las nuevas organizaciones de músicos, al no tener carácter gremial, encuentran limitada su capacidad de acción frente a los conflictos laborales concretos.

En busca de algunas respuestas

¿Hay trabajadores en las industrias creativas?

Es necesario resaltar no ya la existencia de trabajadores en las industrias creativas, sino su apoyo en ellos para sustentarse, a pesar de no ser reconocidos como tales en las formas de contratación.

¿Se representan como trabajadores los distintos actores de la música independiente?

Si bien existen demandas respecto de distintos aspectos laborales, se encuentra prácticamente ausente el reconocimiento de la relación laboral en la práctica musical y, por tanto, toda reivindicación referida a las condiciones de trabajo.

¿Es el trabajo creativo ajeno a relaciones de explotación?

En la medida en que avanza el “empresarismo” en la cultura, parecería tener lugar una explotación a la que los trabajadores de las industrias creativas se someten “voluntariamente” con tal de hacer su trabajo creativo. Por un lado, corresponde aquí no olvidar que la explotación siempre es “voluntaria”, ya que la fuerza de trabajo se compone de sujetos formalmente libres. Pero además, tal como sucede en la música independiente, existen relaciones laborales de clara dependencia donde se encuentra trabajo impago o pagado por debajo de su valor, amén de la inestabilidad y precariedad de sus condiciones.

¿Qué perspectivas organizativas se vislumbran para estos trabajadores?

El actual avance del capital sobre el trabajo bajo la forma de procesos de terciarización laboral atenta contra ellas. Existen algunos intentos organizativos de trabajadores precarizados de industrias creativas en distintos puntos del globo, aunque no en la Argentina pese a su fuerte tradición sindical. Lo que sí han surgido son organizaciones de productores independientes, lo cual dificulta la defensa de los derechos laborales de los trabajadores de la cultura, en la medida en que sus objetivos no tienen carácter sindical.

¿Es el trabajo colaborativo una alternativa?

Si bien la noción de trabajo colaborativo se ha vinculado a las nuevas tecnologías, las redes sociales y al empresarismo cultural, debe tenerse presente que la cooperación entre trabajadores no es algo nuevo, sino que es una forma que asume el trabajo en la historia humana con el objeto reducir el tiempo necesario para realizar una tarea determinada. Para muchos “empresarios” puede implicar mejores condiciones para negociar sus contrataciones y compras con otros de mayor tamaño; pero al evitar la contratación formal de mano de obra –cuando la fuerza de trabajo se despliega bajo formas cooperativas–, se diluye la

responsabilidad del capital respecto de los trabajadores, en tanto desconoce los derechos laborales que les asisten.

Finalmente, cabe preguntarse en qué medida puede esperarse en América Latina que las industrias creativas –a las que se reconoce como recurso para desarrollo económico y social– favorezcan, por sí solas y ante una decreciente regulación de sus condiciones de trabajo y de la acción sindical de sus trabajadores, las oportunidades laborales e inclusivas que prometen repetidamente las políticas públicas que las promocionan.

Bibliografía

Hesmondhalgh, D. y Baker, S. (2011). *Creative labour*. London, Routledge.

Tokumitsu, M. (2014). "In the name of love." En *JacobinMag*, Enero 2014. Disponible en: <https://www.jacobinmag.com/2014/01/in-the-name-of-love/>, visitado el 11 de Febrero de 2016.

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona, Gedisa.