

Laikwan Pang

O discurso da arte e o das industrias culturais non conflúen moito nos estudos académicos actuais, en boa medida, por causa do interese do discurso sobre as industrias culturais en articula-la súa metodoloxía e preocupacións en contraposición á implicación da historia da arte cos estudos sobre autores e a transcendencia estética. As industrias culturais están supostamente constituídas por relacións contractuais, en troques de talentos individuais, e as mercadorías culturais fúndanse decote en modas ou servizos rápidos, en troques de basearse en ideais artísticos atemporais con construída inxenuidade. Sexa como for, ó facer énfase na produción capitalista serodia e no ambiente de consumo, os académicos que se ocupan das industrias culturais, quizais infravaloraron as persistentes relacións entre as artes e as industrias culturais, a medida en que os conceptos estéticos tradicionais aínda conforman directamente o funcionamento das industrias culturais. Apple vende simplicidade, Nike vende perseverancia e soidade, de por parte, moitas mercadorías turísticas declaran encarna-la transcendencia. A arquitectura de Zaha Hadid e a de Rem Koolhaas son tan extravagantes coma impactantes: sono tamén os seus produtos de Lacoste e Prada. Os produtos das industrias culturais promóciónanse no mercado de distintas maneiras por medio do vocabulario estético occidental. Mailia ser certo que algunhas industrias culturais, como é o caso do turismo e o consumo culinario, non manufacturan de maneira tan obvia representacións culturais con valor estético, despregan todas recursos estéticos para empaceta-las súas mercadorías por causa de promove-lo consumo.

É de suma importancia advertir que os conceptos herdados da tradición artística europea seguen a defini-la identificación e aspiracións de moitos traballadores creativos por todo o mundo adiante. As industrias culturais defínense especificamente por medio dos “novos” modos de produción” e por un ambiente de consumo no que os produtos aínda están investidos de valores estéticos “vellos”, particularmente no nivel das entradas creativas. A socioloxía da arte demostrou fartamente as maneiras en que as transaccións económicas gardan relación coa produción e o consumo de arte, e Pierre Bourdieu adoptou resoltamente a noción de capital por mor de estuda-la relación entre a arte e a xente (Bourdieu 1993). Porén, a socioloxía non trata do valor estético en si, tende a ve-la arte en termos de capital persoal que os artistas usan para facer avanza-las súas carreiras ou para se realizar eles propios, e en termos de capital que os consumidores usan para amosa-la súa posición de clase ou status. En calidade de tal, a socioloxía non se ocupa das maneiras en que a arte é fundamentalmente diferente doutro capital social na psicoloxía e aspiracións de moitos traballadores culturais. Este ensaio tenta reconecta-los dous discursos (da arte e das industrias culturais) por mor de explora-las tensións entre autonomía e comunidade que subxacen en moitos dos debates actuais sobre o traballo creativo, incluído o de en qué medida os traballadores das industrias culturais deberían seren protexidos das coercións do mercado, e as maneiras en que se poden construír redes e comunidades creativas para facilita-los seus esforzos.

Dito sinxelamente: a idea do xenio romántico que crea arte por conta do seu talento único e a súa viaxe interior privada segue a influír na nosa concepción dos traballadores culturais. Porén, esta fe fundamental no artista deseñador tamén se ve desafiada; en primeiro lugar, polos modos industriais de produción, que non se poden permiti-los recursos requeridos para o cultivo de momentos artísticos preciosos e, en segundo lugar, pola sociedade de consumo rexida pola demanda dos consumidores. Entón, moitos académicos e críticos interesados no traballo creativo preocupáanse pola habilidade dos traballadores para mante-la limitada autonomía perante a reificación absoluta, perante o dominio absoluto do mercado e a mercadoría. Esta tensión entre a alta estima e definitiva degradación do artista segue a ser un paradoxo das industrias culturais. Ó reintroduci-la conexión entre arte e industrias culturais, este ensaio non só deconstrúe a fetichización

da autoría e a creatividade, senón que tamén pon énfase na importancia da intersubxectividade¹ nas actividades culturais todas e mantén que a produción e mailo consumo culturais teñen o obxectivo de conectar á xente máis do que illala.

O valor da autonomía nas artes.

Dende o século dezaioito, os artistas e filósofos europeos conceptuaron o valor da arte en termos da independencia que o artista tiña a respecto da interefencia social; a arte amosa a verdade non só porque os artistas poidan escolle-los seus propios asuntos e estilos, senón tamén porque os espectadores e críticos poden xulga-las artes independentemente de tódalas outras estruturas de significados.² Foi tamén por ese tempo cando se puido adverti-lo nacemento da estética e do xuízo estético estreitamente vinculado á problemática filosófica da individualidade. Jean Marie Schaeffer, elucidando a idea de Kant sobre o xuízo estético a xeito de independente de toda doutrina na *Crítica do xuízo* observa que: “A esfera esética sería, logo, a da subxectividade autónoma, concreta; na creación artística e nos xuízos de estéticos, o individuo actúa libremente, sen estar suxeito a heteronomía ningunha, nin teolóxica, nin conceptual, nin ética” (Schaeffer 2000: 18). A noción de autonomía artística na era moderna debe entenderse xunto coa perspectiva subxectiva e única do artista e coa do espectador en relación co alienante e rapidamente cambiante mundo moderno. O eu nas artes de vangarda (o eu que pinta, o eu pintado e o eu observador) é, logo, un eu que encara crítica e desamparadamente as masas anónimas, o tempo cada vez máis celérico e o espazo en expansión. O mundo está a cambiar rápido de máis, introducindo excitacións sensoriais e desexos de consumo de máis, e un dos deberes principais da experiencia estética é ofrecer abeiro perante estas experiencias alienantes. O individuo indefenso que anda perdido no mundo moderno trasládase ó mundo da arte para se converter no artista solitario pero xenial capaz de producir a obra de arte máis trascendental ó conectar co seu eu privado, interior. A produción artística pode entenderse a xeito de acción autónoma dun individuo que combate a pasividade cultivada polo mundo moderno.

Nos séculos dezanove e vinte, a celebración romántica do xenio individual atopou intereses novos na forma artística en Occidente. A demanda de innovación formal e a crecente abstracción da arte da realidade son prominentes en moitos movementos artísticos vangardistas, e a ansia da vangarda por supera-las tradicións e o status quo acentuou ulteriormente a compracencia vangardista nas formas de arte individuais. O interese na pura creatividade reforzou efectivamente o discurso da autonomía das artes, que se refire tanto á forma coma a expresión artística, a xeito de principio superior da creación artística. O slogan de “a arte pola arte” xurdiu por primeira vez na Francia do século dezanove, e a idea de que o valor intrínseco da arte reside nela propia, radicalmente separada de toda outra función ideolóxica ou utilitaria, gañou moito creto non só entre artistas, senón tamén entre o público xeral ata ben entrado o século vinte.

Este concepto europeo da arte está moi codificado, pois asume que arte é a forma superior das producións culturais todas. Por causa dos privilexios que os artistas supostamente disfrutaban, as obras de arte convertéronse en indicadores de clase, secomasí en encarnacións das identidades nacionais que tiñan que ser respectadas e protexidas. O discurso da autonomía artística forma

¹ Porén, para unha crítica deste argumento, dependente de Habermas, véxase Morris (2012). A POLÍTICA MÁIS ALÁ DAS PALABRAS. Pór cita de Morris: a diferenza entre a arte e a produción de alteridade e o que de pacto e, daquela, de conformismo, ten sempre a consideración transactiva das palabras ou dos signos, concibidos a xeito de elemento dun código previamente establecido. Tamén a este respecto, sería interesante lembra-la consideracións sobre “o fetichismo do código” de Jean Baudrillard que Benjamin H. D. Buchloch aplicou á análise das parodias pictóricas de Sigmar Polke.(N. do t.)

² Verbo desta cuestionable afirmación, véxase o primeiro capítulo do libro *Criticism and Ideology*, de Terry Eagleton (1975), (N. do t.)

parte deste concepto de arte estritamente definido mais globalmente circulante que, abofé, tamén foi obxecto de moitas críticas. As críticas de arte feministas, poño por caso, manteñen que non son obras de arte transcendentais, senón representacións perfectamente situadas nas súas propias condicións sociais e proxectoras de ideoloxías dominantes, particularmente a do patriarcado. Atopamos nas artes todas unha xerarquía sistemática de significados e coñecemento, das que as orixes e impactos ideolóxicos están tanto dentro como máis alá da propia obra de arte. No seu estudo dos rostros de mulleres fermosas, tan frecuentes na arte europea, Griselda Pollock lémbra-nos que estes rostros se producen e obteñen polo “borrado” de índices do verdadeiro tempo e o verdadeiro espazo, pola representación abstraída de rostros a xeito de espazos disociados e deshabitados” (Pollock 2003: 170). Dito con outras palabras: o discurso da autonomía da arte é unha ficción, fortemente cargada polo intento do patriarcado de se apropiar das mulleres. Os académicos postcoloniais e os antropólogos culturais tamén nos lembran que as artes teñen fundamento comunal en moitos lugares do mundo, e que as artes “autónomas” europeas estaban de certo cargadas con moitas maneiras racializadas [SIC] de mirar á xente (Mudimbe 1998).

Os críticos máis severos da “arte pola arte” inclúen tamén os teóricos marxistas, que condenan a arte de vangarda por inxenua cando reclama a independencia da sociedade, e que acusan ós artistas de faltar ó respecto á vez que defenden a relación orgánica entre vida e arte. Gyorgy Lukács, por exemplo, converteuse nun crítico feroz do modernismo cando se fixo marxista, acusando ós artistas de vangarda de se refuxiar no subxectivismo e negar un mundo obxectivo comprensible (Lukács 1995: 187-209). Para Lukács, o mundo obxectivo é comprensible na medida en que a vida está determinada por forzas ideolóxicas. Se o mundo é ideolóxico, a arte, que reflicte fielmente o mundo, tamén debería ser ideolóxica e, entón, política. Obviamente, Lukács non concibe as artes e maila literatura de maneira absolutamente mecánica:

Poi-las relacións recíprocas entre a psicoloxía da xente e as circunstancias económicas e morais fixéronse tan complexas que cómpre unha descrición moi ampla destas circunstancias e relacións recíprocas se é que a xente ten que aparecer claramente a xeito de filla do seu tempo

(Lukács 1983: 40)

Porén, toda idea de que a arte poida ser independente da súa realidade social material ten que ser condenada. É primeiramente en oposición á “arte pola arte” como empezou a se desenvolver a teoría marxista da arte no século vinte, seguida por artistas e críticos tan prominentes coma Bertolt Brecht e Walter Benjamin, que describe a arte a xeito de instrumento epistemolóxico para que tanto o escritor/artista coma o lector/espectador entendan a ubicuidade do capitalismo e a súa influencia nas relacións sociais todas (Benjamin 1978).

Estas críticas non se deberían ler sinxelamente a xeito de labazada á liberdade creativa. Ó mesmo tempo, non tódolos artistas de vangarda son apolíticos, e a compracencia na forma pode ser tamén socialmente comprometida. É ben sabido que moitos artistas de vangarda foron moi responsables perante o mundo e a crítica da crecente alienación resultante da modernidade e o capitalismo. Non só estiveron preocupados polas condicións da súa propia produción artística, senón que tamén exploraron maneiras en que a arte puidese comentar e reflectir as condicións sociais xerais do traballo disciplinado e a explotación e moitos foron críticos co capitalismo en xeral (Gagnier 2000). Richard Brettell (1991) demostrou convincentemente que as preocupacións vangardistas coa alienación e a dislocación equivalen a críticas ó capitalismo. Matei Calinescu tamén nos lembrou o atractivo fundamental do marxismo para moitos artistas de vangarda, por moito que sospeitasen das ideoloxías en xeral (Calinescu 1987: 128-9). A non ser que queiramos ser plenamente conceptuais, non cómpre igualar a autonomía da forma artística coa liberdade de expresión do artista. Un artista de vangarda podería crer na autonomía da arte por mor de afirmar unha posición política pronunciada, e un cineasta ou deseñador contemporáneo podería denuncia-la busca vangardista da pura forma á vez que loita por ser independente do mercado e das cohercións políticas na súa obra. Abofé que este último é un dilema fundamental que moitos traballadores creativos teñen que defrontar nas industrias culturais actuais. Para responder adecuadamente ás

verdadeiras condicións sociais o que nos cópre non son slogans , senón unha concepción máis sofisticada da dialéctica entre autonomía e conectividade.

O traballo creativo e o discurso da protección

Aínda que as máis das industrias culturais preocúpanse pola produción de valores estéticos, estes valores son abstractos e inestables de máis para seren doadamente planificados e manufacturados. Entón, estas industrias interésanse moito polo talento e a creación exitosa de “estrelas” segue a ser unha garantía de beneficios. O valor estético investido en produtos culturais enténdese xeralmente a xeito de produto de certos axentes creativos, dos que os talentos e sensibilidades únicas plásmanse nos produtos. Son moitos os que se sinten atraídos a traballar nas industrias culturais e ceativas precisamente pola promesa de auto-actualización e auto-expresión que caracteriza esas industrias (McRobbie 1998: 147-48). Algúns críticos tamén manteñen que as tales industrias protexen certo grao de liberdade creativa porque os produtos requiren entradas creativas (Banks 2010). Podemos dicir que o funcionamento das industrias creativas e culturais aínda está significativamente e intimamente ligado ó mito do artista talentoso e case independente que expresa a súa verdadeira creación.

En todo caso, a noción de liberdade artística é rápidamente absorbida por certo modo industrial de funcionamento cultural por causa de apoiar unha lóxica neoliberal omnipresente. Segundo apuntaron moitos académicos, o valor da autonomía adoita empregarse para illa-los traballadores creativos das redes políticas e sociais máis amplas, e os mitos da liberdade artística lexitiman clandestinamente a explotación á que os traballadores artísticos están cada vez máis suxeitos (coa ironía de que o esteticismo vangardista³ xurdiu no século dezanove para combater en parte o control do mercado que se estaba desenvolver con rapidez). Dentro das industrias culturais e creativas poden estruturarse algúns tipos de liberdade, mais esta liberdade é tamén moi ambivalente porque os traballadores non se ven dotados con redes de seguridade financeira nin seguros médicos, e os traballadores creativos vense convertidos en vítimas polo tratamento ríspido e agresivo e hostil que caracteriza as condicións de traballo e a precaria seguridade laboral (Hesmondhalgh e Baker 2011). O neoliberalismo promove o ideal da auto-confianza, e o eu conceptualízase cada vez máis a xeito de individuo illado capaz de resolver todos os problemas e de asumir riscos el só: deste xeito, baleira o significado e a importancia do social. Angela McRobbie demostra que con esta promoción do eu illado, o concepto de talento desprégase agresivamente a efectos dramáticos, mediado polo nova retórica da mobilidade e o éxito. Os individuos que poden verse presionados para chegar a ser inesgotablemente inventivos e emprendedores son idealizados en calidade de talentosos e, ó cabo, a xeito de gañadores (McRobbie 2002: 101-2). Neste conxunto de condicións sociais, a autonomía das artes está dobremente alienada: non só non se practica, senón que só se resucita a xeito de mito por mor de crear unha relación privada falsa entre o consumidor e o produtos, imaxinados ambos a dous en forma singular.

En resposta á apropiación capitalista da autonomía artística, os críticos apelan de novo ó ideal da autonomía no intento de desenvolver un discurso proteccionista que debería rexeita-la moi intrusiva lóxica do capitalismo. Xunto co ascenso do discurso sobre as industrias culturais, os académicos advertiron que a crecente dominación da lóxica económica na produción de arte e cultura é moi problemática (Boorsma, van Hemmel e van der Wielen 1998). A reavaliación do valor vangardista da autonomía, que enfatizaba a exploración interna do artista e o poder da arte non é, logo, nostálgica, senón máis ben sintomática do recoñecemento de que as artes e maila cultura están a se converter en recursos para o uso de todo tipo de partes interesadas. Os avogados das industrias culturais instan ós seus gobernos para que formulen políticas culturais máis protectoras coa convicción de que as artes están a perde-la súa autonomía e non dan sobrevivido baixo a hegemonía do mercado. A crítica do neoliberalismo tamén leva ós críticos esquerditas a se realinear

³ Ou modernista, no orixinal inglés pon: *modernist*.

en apoio da autonomía artística, e a manter que a arte non debería estar controlada polo mercado.

Porén, adopta-lo slogan da “autonomía” nunca poderá ser unha política efectiva para combater-la alienación laboral que se dá cada vez máis nas industrias creativas e culturais, porque a pura autonomía nunca é posible e pode converterse doadamente nun significativo baleiro á espera de apropiación. Propoño que só cando a noción de autonomía se entende co seu outro dialéctico, quere dicir, a conectividade, poderá descubrirse o rostro máis complexo e a propensidade da arte. O recurso á noción de conexión tamén nos permite revisita-los termos de liberdade máis específicos prometidos tanto pola arte a xeito de forma coma pola arte a xeito de produción.

Trascendencia e incrustación

Permítaseme voltar á arte a xeito de forma. Un crítico prominente da crecente incapacidade da arte para se referir ó mundo é Jürgen Habermas, quen demostrou a tendencia moderna da estética a separarse dos reinos discursivos do epistemolóxico e do político-moral (Habermas 1984). Habermas desenvolve a idea de Weber a respecto de que a sociedade premoderna caracterizábase por unha visión do mundo máis coherente e segundo a cal o coñecemento, a xustiza e o gusto estaban máis unificados e interconectados. Habermas mantén que na modernidade o coñecemento, a xustiza e o gusto diferéncianse cada vez máis en campos de razoamento autónomos, ata o punto de se converter en mutuamente incompatibles. Os ideais morais e estéticos fican excluídos do proceso de decisión política, e as regulamentacións políticas fórmulanse fundándose só na investigación científica. Observando a marxinación das artes, Habermas reclama a intercomunicación entre os reinos, que cre que poderían evitar a escisión irreparable da sociedade en esferas de valor competitivas, segundo a formulación de Weber. Ó invitar ás artes a falar máis unha vez ó político e ó epistemolóxico, podemos cumprir tamén a promesa moderna da auto-reflexividade crítica. (Habermas 1997: 45) Porén, esta teoría da comunicación, que presupón a posibilidade de comunicación efectiva e equitativa, non responde á severa apropiación das artes e a cultura polas poderosas forzas económicas e políticas que se pode observar na actualidade (Yudice 2003). Por iso moitos consideran que a idealización de Habermas só podería considerarse unha utopía.

Dende unha esfera completamente diferente, Jacques Rancière tamén demostra a importancia de facer que a arte sexa relevante para a política mais, en troques do modelo da comunicación, que probablemente nunca funcione en ningunha das actuais situacións da estrutura de poder, avoga por un modelo fundado na dialéctica, que nos retorna á natureza da arte. Rancière lémbra-nos que a arte ten que manter certa autonomía por mor de se referir ó mundo e é esta dialéctica de autonomía e conectividade a que fai á arte politicamente poderosa.

Por unha banda, Rancière insiste en que hai unha parte da arte que é por natureza autónoma a respecto da política (segundo a definición máis ampla deste último termo). Rancière é moi crítico coa tradicional teoría marxista do fetichismo porque converte a arte nunha especie de proba propia da socioloxía positivista para que se investiguen as forzas políticas subxacentes (Rancière 2004: 32-34). Para Rancière, o valor político da arte pode establecerse só se a arte se respecta ante todo a xeito de arte, autónoma a respecto do reino da política; só por medio do disenso entre arte e política pode cada unha interrogar á outra (Rancière 2010: 115-17). Sendo home politicamente comprometido, Rancière mantén aínda certa comprensión das artes, e ratifica o xuízo estético de Kant a xeito de xuízo sen conceptos (sen a sumisión do intuitivo á determinación conceptual). Por outra banda, Rancière mantén que a arte é por natureza política porque pode redistribuí-lo tempo e o espazo por causa da maneira en que ordena a súa visibilidade. Pra el, a arte pode ser unha estatua grega, manifestando a súa inutilidade e indiferenza; porén, debido á súa actual ocupación do tempo e do espazo, tamén chama a atención necesariamente sobre a súa distribución do sensible; cuestiona, logo, a súa realidade separada, suxerindo indirectamente a posibilidade de construír algo diferente (Rancière 2009: 19-44).

Consonte a isto, Rancière indica dous atributos da arte: a súa autonomía, ou independencia da realidade social, e a súa heteronomía, ou dependencia da realidade social. Explica que mentres-las dúas forzas da autonomía e a heteronomía se vinculan unha á outra, tamén cada unha delas fai

que a outra entre en crise: toda arte está atada a certa forma de política, e esta atribución ameaza o réxime estético (Rancière 2009: 44). Porén, ó mesmo tempo, a autonomía do réxime estético representa resistencia á política que é inherente á obra de arte. Tódalas obras de arte están vinculadas á dialéctica entre estética e política, entre independencia e dependencia doutras forzas sociopolíticas. “Dicir que a arte resiste significa, logo, que é un perpetuo xogar ás agachadas entre o poder de manifestación sensible das obras e o seu poder de significación” (Rancière 2010: 174). Dito noutras palabras: son a encarnación da significación e a resistencia á significación simultáneas as que definen o potencial político da arte. Para Rancière, a función máis importante da arte é a interrompe-la política, mais esta habilidade confírela a súa propia autonomía e pluralidade en contraste co control e singularidade da política. Mentres que é moi crítico co réxime estético lineal clásico occidental, segundo o cal a arte retén pasivamente e transmite a intención do artista, a dimensión máis característica da estética de Rancière é a súa crenza no poder activo da propia obra de arte.

Esta teoría dialéctica da arte podería rematar sendo plenamente interpretativa, implicando que é traballo do crítico establecer se certa obra de arte é efectivamente política, dado que toda arte ten o potencial de ser tanto activa coma pasiva. Porén, a insistencia de Rancière en que o valor da arte non se debe separar da súa “relación” coa realidade social é útil para reconceptualizar unha política do traballo creativo nas industrias culturais que estaría fundada na propiedade da arte a facer conexións. Esta habilidade innata da arte e da cultura para ordenalo mundo, para conectar e reconectar cousas e humanos, amosa non só a natureza política de cousas e humanos, senón tamén a súa natureza económica: as interrelacións entre cultura, política, e economía non son resultado da boa vontade da xente, senón de que tales reinos forman, de seu, parte uns dos outros. Esta concepción lévanos de volta á liberdade necesariamente implicada no labor creativo.

Comunidade e conectividade nas industrias culturais

A noción de rede é extremadamente importante no discurso das industrias culturais, que se ocupa de produtos que xa non son obras de arte de seu e dos que a produción e distribución require entradas (de diferentes axentes e apoios institucionais). Básicamente, os produtos todos da industria cultural tentan ser mercadorías para a venda, anuncios doutras mercadorías ou crear valores engadidos para outras actividades económicas. En calidade de tal, ningunha mercadoría cultural é produto illado. É de suma importancia ter en conta que o traballo creativo na actualidade funciona nunha sociedade rede, na que os traballadores non poden estar illados dos seus pares. Mesmo os traballadores por contra propia teñen que encarar unha acumulación de recursos da rede na que axentes e plataformas están a disposición para axudar ós artistas amateur ou autónomos a producir e presenta-los seus produtos.

Asúmese xeralmente que as redes e conexións afectan ó desenvolvemento da carreira dos traballadores. Neste contexto podemos identificar dous tipos principais de redes. En primeiro lugar, a participación nunha rede é esencial para que os traballadores sobreviván e gañen acceso ás institucións existentes. Igual cós clubs de antigos alumnos, a participación nunha rede facilita o ascenso dos traballadores pola escaleira da carreira profesional. Estas redes representan o status quo e ratifican a desigualdade construída (a entrada presupoñ exclusión). Porén, tamén hai redes concibidas para facilita-lo apoio mutuo e para ofrecer outras alternativas para que os traballadores creativos produzan e distribúan as súas obras. Os dous tipos de redes parecen remitir a políticas e valores completamente diferentes, mais algúns estudos sobre industrias culturais e traballo creativo tenden a combinalas. Un resultado problemático disto é a presuposición de que as redes se crean só para que os que se vinculan a elas se axusten ás prácticas habituais, en troques de transcende-las estruturas dominantes existentes por mor de ofrecer novas posibilidades de navegación.

Exemplo desta presuposición é o “acio creativo” (“creative cluster”), termo de moda nos estudos sobre a industria cultural e regulamentacións culturais. O concepto xeográfico de acio (“cluster”)

pretende dar folgos a aglomeración de talentos especializados e institucións por mor de aumentar a comunicación, competición e innovación. Durante a última década, os gobernos e as organizacións relacionadas coas políticas públicas por todo o mundo adiante amosaron claro interese e implicación co concepto de acios creativos (“creative clusters”), que se teñen por capaces de promover o crecemento local e rexional nun ambiente post-industrial (Kong e O’Connor 2009). Presuponse que a proximidade de firmas relacionadas e traballadores anima a existencia dunha rede de apoio e colaboración na solución de problemas, na acumulación de coñecemento e no desenvolvemento de especializacións posteriores. En China, moitos concellos procuraron desenvolver acios creativos (“creative clusters”). Reocúpense vellas fábricas, desenrédanse os vínculos comunitarios e mobilízanse intereses inmobiliarios significativos para xerar ese tipo de acios (Keane 2011: 37-56). Sexa como for, o problema de moitos acios creativos reside especificamente na súa incapacidade de ofrecer alternativas ás restricións institucionais existentes, e cómpre dicir que tamén fracasan á hora de presentar novas tensións e oportunidades para as industrias culturais en cuestión. As novas redes non levan necesariamente a novas condicións nas industrias culturais; en troques diso, moitos acios creativos (“creative clusters”) establécenos as estruturas de poder existentes para os seus propios beneficios.

Moitas análises de redes tamén tenden a ve-lo tamaño da rede a xeito de variable determinante dunha carreira cultural exitosa: canto máis ampla sexa a rede, máis información e oportunidades profesionais ten un traballador, cousa que debería levar a ter máis éxito profesional. Sexa como for, Helen Blair demostrou que o tamaño e densidade das redes non leva necesariamente a máis oportunidades de emprego, en parte porque adoita haber moitos contactos redundantes que fornecen a mesma información e, en parte, porque o esforzo feito en manter unha ampla rede non adoita ter beneficios informativos proporcionais. Porén, o máis importante é que as institucións sociais adoitan preceder á existencia de todo individuo ou rede de individuos, e a vinculación con redes reforza adoito esas institucións pre-existentes en troques de desafialas (Blair 2009). A estrutura básica de inclusión e exclusión non sempre se ve desafiada por actos de constitución de redes ou de construción de comunidades, de maneira que os membros dunha minoría étnica, dun xénero infrarrepresentado ou de certa clase social que se esforzan en establecer redes pode que só volvan ser levados ós traballos guetizados que xa lles tiñan prescritos.

Podería ser un cliché xa moi aborrecido reiterar que tanto a autonomía coma a conectividade son necesarias no traballo creativo; porén, tamén temos que nos decatamos de que o mercado e a industria se apropiaron de ambas a dúas rápidamente por mor de facilitala lóxica capitalista, facendo que os dous conceptos sexan vulnerables e os seus significados inestables. Podemos supor que o discurso das industrias culturais, que enfatiza múltiples fontes de influencia na produción cultural, ten o potencial de ofrecer ideas novas para reconceptualizalas tensións e dinámicas entre autonomía e creatividade. Moitas industrias culturais e o discurso relacionado con elas acaban por ratificala estrutura e a lóxica do capital existente, cando a arte e a cultura poderían ser chamados a ampliar a comprensión da comunidade que se foi reducindo pola lóxica dominante da administración e do individualismo posesivo. Estamos collidos nun ambiente no que mesmo as relacións están reificadas e un dos modelos de negocio principais da Rede 2.0 é precisamente organizala rúbrica de relacións establecidas a través da rede para facelas vendibles (Van Dijk 2013: 14-18). Manteño que a arte ten unha natureza conectiva que nunca se pode reducir por medio de ningunha sinxela chamada á “autonomía”, e que a súa relación inherente co mundo material resiste sempre, aínda que sexa moi sutilmente, os intentos prevalecentes de privatizalas obras do traballo creativo (Adorno 2001: 107-17). A cuestión máis importante para nós é cómo redescubri-la dimensión activa da arte que volvese facer posible as conexións co mundo e no mundo.

Para conectar este debate co labor creativo, teríamos que nos preguntar se as comunidades construídas polos traballadores creativos facilitan e realizan verdadeiramente o potencial conectivo da arte, e cómo é que o fan. No nivel da produción, poden os traballadores culturais verse animados a se relacionar co mundo máis alá dos propósitos utilitarios do propio traballo? No nivel do consumo, podería o consumo de obras culturais levar ó espectador a transcende-la obra e lembra-las condicións sociais nas que está incrustado? En ambos a dous casos, podería acadarse un verdadeiro sentido de autonomía. Se as redes se constrúen só para axudar ós traballadores a fixa-los propósitos inmediatos e as restricións da propia obra, entón, as tales redes traizoan e cancelan o rico potencial de autonomía e heteronomía implicado do que a obra de arte está dota-

da. Se a rede se concibe e emprega dunha maneira puramente utilitaria que tenta adecuarse á natureza flexible e adaptable da cultura ós mecanismos do mercado comparables, o potencial transformador e creadivo das obras culturais só se vería reprimido por mor de reforzar e enriquecer as institucións existentes. Tales comunidades non ofrecerían novos puntos de vista e mecanismos novos para crear estruturas de poder novas.

De xeito similar, cando tentamos articular a importancia da autonomía e maila independencia no labor creativo, cómpre asegurármonos de que tales argumentos non se fundan no temor fundamental de se entregar un e as propias obras a uns outros alleos que poden aproveitarse e distorsionala integridade da obra para lle dar unha forma diferente. As máis das declaracións da autonomía artística avánzanse baixo a presenza dunha forza controladora da que arte tenta fuxir. Se a autonomía da arte que se promoveu na Europa dos séculos dezoito e dezanove se fundou no temor individual perante un mundo rapidamente cambiante, o tipo de individuo que implicaba era tamén moi problemático, poi-la súa inseguridade viña causada polo desexo de coñecer e controlar o mundo (Pang 2012: 224-46). En troques de manter sinxelamente a importancia da autonomía artística, os críticos das industrias culturais deberían facer campaña a prol dos traballadores creativos non por mor de illalos nun discurso sobre os dereitos, senón por mor de gañalo respecto para a singular incrustación e transcendencia do mundo que caracteriza a eses traballadores, incrustación e transcendeia que podería ser capaz de rexenerala enerxía da cultura.

Na teoría crítica actual é urxente un debate sobre a comunidade porque a modernidade occidental deu énfase excesiva ó valor e vontade dos individuos illados. Porén, resucitala comunidade no sentido igualitario tradicional non é opción ningunha. As discusións sobre a comunidade (ou relacións, segundo a expresión de de Jean-Luc Nancy) deberían orientarse cara a negación de toda metafísica do absoluto (Nancy 1991: 1-42) ou, o que é o mesmo, á negación de todo proxecto político, económico ou social que aspire a unha comunidade de esencia ou inmanencia, como foi o caso do nazismo (Nancy 1991: 12). A comunidade, logo, non se compón de individuos con identidades compartidas que van á procura dun obxectivo común, senón que se caracteriza pola imposibilidade de tal consenso e das relacións estables. Unha comunidade non ten por qué ser estable, unha comunidade sempre está en situación de risco, igual có están os individuos que a compoñen. O verdadeiro sentido da comunidade refutaría todo principio unificador que defina a comunidade, porque as cuestións que compoñen a comunidade son sempre relacionais e finitas. A conectividade non é nin a rendición a unha orde preestablecida, nin a evolución cara a un obxectivo final. Se usamo-lo concepto de comunidade de Nancy para entende-lo potencial das industrias culturais, podemos evitar cuestións de definición e modelado e podemos, en troques, concibir institucións en mutación constante que produzan produtos culturais por razón mor de construír relacións simbólicas.

Bibliografía

Adorno, T. (2001), *The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*, Nova York: Routledge.

Banks, M. (2010), "Autonomy Guaranteed? Cultural Work and the "Art-Commerce Relation"," *Journal of Cultural Research* 14, nº 3: 251-9.

Benjamin, W. (1978) "The Author as Producer" en P. Demetz (ed.) *Reflections*, Nova York: Schocken Book.

Blair, H. (2009), "Active Networking: Action, Social Structure and the Process of Networking," en A. McKinlay e C. Smith (eds.) *Creative Labour: Working in the Creative Industries*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Boorsma, P., A. van Hemel e N. van der Wielen (1998), *Privatization and Culture: Experiences in the Arts, Heritage and Cultural Industries in Europe*, Boston: Kluwer.

- Bourdieu, P. (1993), *The Field of Cultural Production*, Nova York: Columbia University Press.
- Brettell, R. (1991), *Modern Art 1851-1929: Capitalism and Representation*, Oxford: Oxford University Press.
- Calinescu, M. (1987) *Five Faces of Modernity: Modernism, Avant-Garde, Decadence, Kitsch, Postmodernism*, Durham NC: Duke University Press.
- Gagnier, R. (2000), *The Insatiability of Human Wants: Economics and Aesthetics in Market Society*, Chicago: University of Chicago Press.
- Habermas, J. (1984), *The Theory of Communicative Action*, vol. 1, Boston: Beacon Press.
- (1997), "Modernity: An Unfinished Project," en M. d'Entrèves e S. Benhabib (ed.) *Habermas and the Unfinished Project of Modernity*, Cambridge MA: The MIT Press.
- Hesmondhalgh, D. e S. Baker (2011), "A Very Complicated Version of Freedom": Conditions and Experiences of Creative labour in Three Cultural Industries," *Variant*, 41 (Primavera 2011); www.variant.org.uk/41texts/variant_41.html L10
- Keane, M. (2011), *China's New Creative Clusters: Governance, Human Capital and Investment*, Abingdon: Routledge.
- Kong, L. e J. O'Connor (ed.) (2009), *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*, Dordrecht: Springer.
- Lukács, G. (1983), *The Historical Novel*, Lincoln: University of Nebraska Press.
- (1995) "The Ideology of Modernism," en A. Kadarkay (ed.) *The Lukács Reader*, Oxford: Blackwell.
- McRobbie, A. (1998), *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* Londres: Routledge.
- (2002) "From Holloway to Hollywood: Happiness at Work in the New Cultural Economy?" en P. du Gay e M. Pryke (eds.) *Cultural Economy. Cultural Analysis and Cultural Life*, Londres: Sage.
- Mudimbe, V. (1998), *The Invention of Africa: Gnosis, Philosophy and the Order of Knowledge*, Bloomington: Indiana University Press.
- Nancy, J. (1991), *The Inoperative Community*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Pang, L. (2012), *Creativity and Its Discontents: China's Creative Industries and Intellectual Property Right Offenses*, Durham NC: Duke University Press.
- Pollock, G. (2003) *Vision and Difference*, New York: Routledge.
- Rancière, J. (2004) *The Politics of Aesthetics*, Londres: Continuum.
- (2009) *Aesthetics and Its Discontents*, Cambridge: Polity.
- (2010) *Dissensus: On Politics and Aesthetics*, Londres: Continuum.
- Schaeffer, J. (2000) *Art of the Modern Age: Philosophy of Art from Kant to Heidegger*, Princeton: Princeton University Press.
- Van Dijk, J. (2013), *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford: Oxford University Press.
- Yúdice, G. (2003), *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era*, Durham: Duke University Press.