



MENOS MAL QUE NOS QUEDA EL CAPITAL



Karl Marx



Amanda Cuesta

“La riqueza de las sociedades en las que domina el modo de producción capitalista se presenta como un enorme cúmulo de mercancías, y la mercancía individual como la forma elemental de esa riqueza. Nuestra investigación, por consiguiente, se inicia con el análisis de la mercancía”.

Con estas palabras empieza Marx el primer tomo de su reconocido, largo y a veces interesante, libro “El Capital”. Desde entonces mucho ha cambiado, y leyendo estas líneas lo que mas evidente se hace es la necesidad de reconceptualizar la noción de mercancía. Intuyo que si mi intención fuera ser mas estricto y desgranar el siguiente tema de forma exhaustiva, ahora debería de abordar la irrupción del post-fordismo y la aparición del cognitariado como fuerza de trabajo y cambio en los modos de producción. Es verano y no me da la cabeza ni la gana de hacerlo. En cambio me resulta mas cómodo y estimulante hacerme cargo de sentimientos de culpa, autoestimas bajas y amistades. Ahora te explico porque.

Es bien sabido que los sistemas termodinámicos tienden a la autorregulación, generando dinámicas de alimentación, feedback y entropía que mantienen el movimiento constante y las turbulencias bajo control. Los mercados funcionan de forma parecida, siempre hay entidades reguladores, agentes o instituciones que se encargan de una forma u otra de que el mercado pueda seguir funcionando sin saturarse, generando beneficios y expandiéndose hacia un presente constante. Supongo que este crecimiento, el ver como seceba el sistema en el que uno está inmerso puede ser terriblemente frustrante, sobre todo si ese engordar parece ser a costa del trabajo no remunerado y la precarización sistemática del que lo nutre.

También podríamos pensar que somos nosotros los agentes reguladores de este sistema y que somos plenamente responsables de que éste no haya entrado en un estado turbulento, aunque esto ahora mismo se nos haga un poco cuesta arriba.

Como respuesta a este fenómeno de constante degradación de nuestra situación laboral, o siendo mas optimistas, buscando ofrecer una contestación desde dentro, durante este año hemos visto la proliferación de charlas, eventos y textos que intentan dar respuesta al problema de la precarización de la producción cultural contemporánea. Desde eventos internacionales como el “Atelier Europa” acaecido este abril en Munich, como el interesante, espectacular y arriesgado Producta1, que desplegó sus eventos y preguntas por toda Barcelona en marzo y abril. Esta serie de encuentros parten de una iniciativa privada y a pesar de tener momentos muy buenos, cuesta creerlo también han tenido algunas sombras. De esto da buena cuenta Marina Vishmidt en su artículo aparecido en la revista Mute. De porque eventos que tratan sobre la precarización cultural no pueden permitirse el pagar a sus colaboradores o porque se hace uso del amiguismo en algunos momentos para solventar ciertos problemas de producción son sin duda tan solo unos aspectos de los muchos y muy cuestionables de algunos proyectos que de por sí son fabulosos. Así que dada mi implicación en el desarrollo de Producta1 (supongo que el que no me conoce a estas alturas de texto ya no tenía ninguna duda de que esto era así...) me veo obligado a silenciar un “el que esté libre de toda culpa...”

Aún así, hay algo que me parece mucho mas preocupante, y es que reflexionar sobre problemas de producción, cuanto cuesta, sueldos o en definitiva, de nuestra forma de subsistencia se tematice y se vuelva solo eso, otro elemento formal con el cual camuflar la vacuidad de gran parte del sistema artístico y cultural contemporáneo. Y es que cuando se serian las cosas, cuando se vuelven muletillas o parte constituyente del panorama de ocio de la ciudad, poca duda cabe, de que pierden cualquier capacidad política o de disenso. Esto me asusta y me jode, y no se cual de los dos es peor.

Ahora mismo están aconteciendo en el CASM una serie de encuentros entre agentes y productores culturales bajo el genérico nombre de “Capital”. Estos eventos ideados y capitaneados por Amanda Cuesta vuelven a incidir en el tema y bajo el pretexto de analizar las relaciones entre el mercado y el arte, esterilizan semana tras semana todos los grandes temas y problemas con los que nos

enfrentamos los productores culturales. Bajo títulos como “El arte de los negocios. El negocio del arte. Los Negocios del Negocio del Arte.” o “Sobrevive que no es poco. La precariedad laboral del arte y la precariedad de un mundo global.”, o “Es triste pedir pero más triste es robar. Sponsors, mecenas y subvenciones”, se reúnen bajo el techo del Santa artistas, productores culturales, curadores y toda la fauna que normalmente ornamenta las inauguraciones con sus gafas de pasta negra. Una de las cosas que destacan de estos encuentros es el gran número de invitados que desfilan por ellos, y al preguntarse uno, ¿carallo... cuánto cuesta pagar las aportaciones de estas interesantes personas...? La respuesta es simple, tal y como se hizo con los voluntarios de las olimpiadas 92, colaboradores de Producta1 o voluntarios del Forum2004, el trabajo no se remunera (aun así, y a favor del proyecto “Capital” hay que reconocer que a algunos de los contertulios se les invitará a escribir un texto remunerado que luego saldrá publicado). Es una de las mejores formas de rentabilizar actividades culturales, no pagar a los que las sustentan. Y es que si hemos pasado de poseer bienes materiales que poder ofrecer como mercancías, los que vivimos de traficar, construir discurso o opinar junto a los canapés, nos encontramos que es mucho más difícil tasar nuestro trabajo que es menos físico o si tildo a la moda, inmaterial. Lo curioso es que tendemos luego a entregarnos a la primera oferta de aparición pública, como si nuestros vulnerables egos nos empujaran a permanecer en el target de lo público. A veces hasta cuesta entenderlo. Casi nos sentimos obligados a repetir nuestra presencia pública, el espacio cultural como espacio ontológico, lo malo es que todos sabemos lo que conlleva el lidiar con lo público a diario, el desgaste emocional, el cansancio, la neutralización de nuestros comentarios y la fatiga y consiguiente huida de tan difícil arena.

Por otro lado, y volviendo a Marx y la idea de que el beneficio es fruto de la acumulación de mercancías (ya se, es verano y desempolvar a Marx se hace cuesta arriba), nosotros nos vemos irrevocablemente lanzados a regalar nuestra única mercancía, el conocimiento, a todo aquel nos ofrezca algo de platea. Devaluando así nuestro producto y consiguientemente, aumentando el beneficio de los centros o instituciones que lo gestionan. Que cosas. Si la acumulación de mercancías es la fuente principal de riqueza como sostiene Marx, flaco favor nos hacemos a nosotros mismos aireando las nuestras en formas de tertulias, charlas, aportaciones, artículos etc... Desde este punto de vista no me parece raro que nuestro negocio pierda dinero, estamos lejos del proceso de cristalización, del momento en que nuestro etéreo capital simbólico es traducido en capital real, la esfera de la producción en la que esto pasa, vive lujosamente distanciada, y nosotros montamos festivales, charlas y reuniones para tras golpearnos las espaldas con generosidad, celebrarlo.

Inciendo en el tema que nos atañe nos encontramos con un dilema difícil de resolver, y es que nuestra asistencia a la mitad de los sitios a los que se nos convoca viene dada muy a menudo por una amistad, amiguismo, que nos une a la persona organizante, y sería feo dar plantón y reconocer que bochornoso el tener que pedir un sueldo por nuestra comparecencia. Otra pregunta arto inoportuna es preguntar, y todo esto ¿cuánto cuesta?.

En fin, es preferible dotar de contenidos a la programación cultural de las instituciones, generar capital simbólico que luego estas puedan amortizar que hacer peligrar las invitaciones a próximas inauguraciones, exposiciones, pases



La idea de mercancía según Google

