

Introducció: cultures de l'emprenedoria

Nizaiá Cassián

PID_00225220



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

| | |
|---|----|
| 1. Introducció | 5 |
| 1.1. L'auge de l'emprenedoria | 8 |
| 1.2. Cantillon: l'emprenedor, un especialista en la presa de riscos | 10 |
| 1.3. Schumpeter: l'emprenedoria en la regeneració del capitalisme | 11 |
| 1.4. Innovació i destrucció creativa | 11 |
| 1.5. L'emprenedor | 13 |
| 2. Perspectives crítiques entorn de l'emprenedoria | 15 |
| 2.1. Per què la necessitat de perspectives crítiques entorn de l'emprenedoria? | 16 |
| 2.2. Estudis crítics de la gestió empresarial: transformacions postfordistes en l'organització del treball | 18 |
| 2.2.1. Fordisme i capitalisme industrial | 19 |
| 2.2.2. Toyotisme | 20 |
| 2.2.3. La nova cultura empresarial de la dècada de 1980 i 1990 | 22 |
| 2.2.4. Cada ciutadà, un empresari de si mateix | 23 |
| 2.3. Capitalisme cognitiu: el coneixement i la creativitat com a nous recursos econòmics | 25 |
| 2.3.1. Què tenen a veure les abelles amb la nova economia? | 25 |
| 2.3.2. Crisi industrial: del capital físic al capital creatiu | 27 |
| 2.3.3. Capitalisme cognitiu | 29 |
| 2.3.4. Del talent individual a les ecologies de la cooperació ... | 32 |
| 2.4. Estudis culturals: precarització del treball creatiu, culturitació de l'economia | 33 |
| 2.4.1. Crisi cultural del capitalisme industrial | 34 |
| 2.4.2. L'emprenedor cultural com a paradigma del nou subjecte econòmic | 35 |
| 2.4.3. La normalització de la precarietat emprenedora | 37 |
| 3. Nous drets i noves economies per a l'actual organització del treball | 40 |
| 3.1. Somien els emprenedors a fer vaga? | 41 |
| 3.2. Recuperar l'economia: sobre propietat i remuneració en la producció creativa | 44 |
| Bibliografia | 49 |

1. Introducció

Pare i fill, dues generacions. Enrico, el treballador obrer, i el seu fill, Rico, que ha aconseguit ascendir a l'escala social i convertir-se en un emprenedor. Amb la història d'aquests personatges, el sociòleg Richard Sennett (2000) obre el llibre *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Dues trajectòries vitals radicalment diferents que exemplifiquen les transformacions que han redefinit l'organització del treball a les últimes dècades i els valors que hi estan associats. Aquest relat ens pot servir per a introduir els temes que abordarem en aquesta assignatura.

Enrico era un home de la classe obrera nord-americana que havia estat porter tota la vida. Quan Richard Sennett el va entrevistar, Enrico feia vint anys que netejava lavabos i terres en una empresa i el seu treball tenia un únic objectiu a llarg termini: servir la família. El que més havia cridat l'atenció de Sennett respecte a aquesta generació de classe obrera era com el temps de vida d'Enrico era lineal i previsible, «any rere any en feines que rarament presentaven canvis en la quotidianitat» (2000, pàg. 14), en un temps lineal en el qual els assoliments eren acumulatius. Enrico i la seva dona mesuraven la vida domèstica a través de comprovar setmanalment com creixien els seus estalvis i de les millores que feien a casa seva. Tots dos havien tingut una vida laboral sota una estructura burocràtica, possiblement avorrida per la nostra mirada contemporània, «que avançava reparació rere reparació, pagament d'interessos rere pagament d'interessos» (2000, pàg. 14).

Amb tot, aquest porter modest era considerat pels companys del barri d'infància com «un home al qual li havia anat bé» (2000, pàg. 14). Els sindicats protegien els llocs de treball d'ell i la seva dona i, encara que amb prou feines tenia quaranta anys quan Sennett el va conèixer, Enrico ja sabia exactament quan es jubilaria i de quants diners disposaria. Havia trigat quinze anys a estalviar per a poder comprar una casa modesta als suburbis i quan el sociòleg el va veure per última vegada treballava i estalviava disciplinadament per poder pagar la universitat dels fills. Enrico tenia moltes esperances posades en els seus descendents, «no tolerava la idea que el seu fill Rico repetís la seva història» (2000, pàg. 15).

Per atzars del destí, molts anys després Sennett s'havia creuat amb el fill d'aquest home a la sala d'espera d'un aeroport. A primera vista Rico feia l'efecte d'haver realitzat tots els somnis del seu pare: portava un ordinador en un elegant estoig de pell, anava vestit amb un vestit summament costós i lluïa un gruixut anell de segell. Havia realitzat el desig del seu pare d'ascensió a l'escala social. Rico s'havia convertit en un emprenedor d'èxit, es burlava dels «esclaus del temps» i dels treballadors presoners a l'armadura de la burocràcia –com ho havia estat el seu pare–, i creia fermament que calia estar obert al canvi i a

assumir riscos. Amb tot, en la seva llarga conversa durant el vol de Nova York a Viena, Sennett es començaria a adonar que no tot era una història feliç en la nova vida de Rico, l'emprenedor.

Rico s'havia graduat en Enginyeria Elèctrica i posteriorment havia estudiat Empresarials a Nova York, on s'havia casat amb una companya provinent d'una família de millor posició. Els estudis havien permès a la parella mudar-se i canviar de feina amb freqüència, de vegades molt més del que haurien volgut: en catorze anys havien canviat quatre vegades de ciutat. Rico havia començat a treballar com a assessor tecnològic en una empresa de capital de risc durant els primers temps de la indústria informàtica a Silicon Valley. Posteriorment s'havien mudat a un parc d'oficines a Missouri a favor de la carrera de la seva dona i aquí començarien a arribar els fills. En aquesta ciutat, les incerteses de la nova economia havien afectat Rico amb una retallada de plantilla.

Davant d'aquest esdeveniment, que els havia deixat a ell i a la seva família en una situació d'incertesa econòmica, Sennett ens assenyala que a Rico no li agradava l'expressió «em van acomiadar en una retallada de plantilla». Quan explicava aquest succés al sociòleg, Rico es referia a l'acomiadament que li va destrossar la vida al parc d'empreses de Missouri dient que

«vaig haver de fer front a una crisi i prendre una decisió [...]. Vaig crear les meves pròpies opcions, assumeixo tota la responsabilitat per haver-me mudat tantes vegades» (Sennett, 2000, pàg. 28).

Quan Sennett li va preguntar: «Quan et van acomiadar, per què no vas protestar, per què no et vas defensar?», Rico va respondre resignadament:

«Clar que em vaig enutjar, però això no serveix de res. No hi havia res injust en el fet que l'empresa reduís el seu volum d'operacions. Al marge del que passés, vaig haver de fer front a les conseqüències» (Sennett, 2000, pàg. 28).

«No podia fer res», ens diu Sennett. Així i tot, Rico se sentia responsable d'aquest succés, malgrat que anava més enllà del seu control. S'havien hagut de tornar a mudar i ara la seva dona dirigia un important equip de comptables i ell havia muntat una petita consultoria. Malgrat que eren la imatge d'una parella pròspera i emmotllable, sovint temien trobar-se a la vora de la pèrdua de control de les seves vides. Aquesta por es trobava arrelada a les seves històries laborals flexibles i la preocupació constant de poder perdre la feina.

En aquest punt del viatge, Sennett reflexionava en silenci les preguntes que volia plantejar a Rico. «Què significa fer-se responsable?», «Com et vas poder imputar a tu mateix la responsabilitat?» (Sennett, 2000, pàg. 28). Però al final havia decidit callar; haurien estat preguntes raonables, «i ahora, un insult: en el fons, *tu no comptes*» (Sennett, 2000, pàg. 28).

Aquests personatges serveixen per a exemplificar els dos models laborals amb els quals han conviscut les generacions recents. El referent burocràtic que va predominar a bona part de les economies avançades, avui dia en desmantella-

ment, de la generació d'Enrico, amb uns sindicats forts, les garanties de l'estat de benestar i les empreses a gran escala que es van combinar per a produir una era de relativa estabilitat. I el model que Rico representa, amb la figura actualment tan en voga de l'emprenedor.

En aquesta assignatura voldríem aportar una mirada crítica a aquestes transformacions: quin és aquest costat «no tan feliç i lluminós» que Sennett descobreix a través de la vida de Rico? Tenint com a punt de partida aquests referents, l'objectiu general d'aquest mòdul introductori és plantejar una aproximació crítica a la difusió de la figura de l'«emprenedor», als valors morals i culturals que la sustenten, així com a les noves formes de flexibilització del treball i els efectes que comporta tot plegat.

En aquest mòdul introduïrem un panorama general del context en què ha cobrat auge l'emprenedoria al llarg de les últimes dècades, així com els corrents teòrics principals que n'han desenvolupat una perspectiva crítica. Per fer-ho, primerament introduïrem algunes definicions bàsiques d'autors clàssics com Joseph Alois Schumpeter, que a la literatura contemporània de la gestió empresarial han estat citades amb freqüència per a justificar la promoció de l'emprenedoria. Posteriorment explicitem els arguments que diversos autors dels estudis crítics de la gestió empresarial han donat per assenyalar que cal introduir una perspectiva crítica al voltant de l'emprenedoria.

D'aquests arguments ens interessa rescatar que l'emprenedoria ha estat promoguda des d'una concepció eminentment funcionalista i positiva. Amb això, s'ha ignorat que la centralitat d'aquest concepte en el camp de l'empresa i de l'activitat econòmica és molt més que una estratègia de gestió merament tècnica. I per contra, implica una sèrie de valors, patrons d'organització del treball i la promoció de formes específiques d'activitat econòmica en detriment d'unes altres. Les perspectives teòriques que introduïrem a la segona part d'aquest mòdul ens permetran abordar cadascun d'aquests aspectes.

Amb aquestes perspectives, el nostre interès és posar en evidència que l'emprenedoria de cap manera no és un fenomen ideològic o històricament neutre, sinó que sorgeix en un context econòmic, social i polític específic. La perspectiva dels estudis crítics de la gestió empresarial ens permetrà identificar que la promoció de l'emprenedoria sorgeix en el marc de la flexibilització i desregulació del treball que introdueix el toyotisme a la dècada de 1970, i que es consolida amb els valors de la cultura corporativa de l'emprenedoria a partir de la dècada de 1980.

A partir de la perspectiva del capitalisme cognitiu identificarem la crisi de les economies industrials i la seva reconversió postindustrial, marcada per l'entrada del coneixement, la informació i la innovació com a nous recursos de la producció econòmica. Aquest referent ens permetrà analitzar un canvi

en les lògiques actuals del capitalisme global, a partir del qual identificarem les noves formes de generació de riquesa i explotació econòmica que defineixen el context històric en què cobra auge l'emprenedoria.

Els estudis culturals han fet una àmplia anàlisi crítica sobre les formes de precarització que travessa la figura de l'emprenedor cultural. Aquesta perspectiva assenyala que «l'artista» s'ha convertit en el paradigma del nou subjecte econòmic, en el qual ideals lligats a la llibertat i autonomia, la motivació personal, l'excepcionalitat de la tasca creativa i l'autorealització a través del treball funcionen com a nous valors que oculten i normalitzen la pèrdua de drets laborals lligats anteriorment a l'ocupació, el treball intermitent, la desregulació de les formes de remuneració i altres formes de precarització al treball emprenedor.

A la tercera part del mòdul, i a manera de tancament, introduïrem diverses estratègies que tenen per objectiu «recuperar el treball» en el camp de l'emprenedoria. Per fer-ho presentarem algunes experiències que plantegen formes de fer front a l'organització del treball flexible i creatiu que vagin més enllà de la individualització i l'autoprecarització. Com veurem, això implica una discussió al voltant d'altres formes de visibilitzar i organitzar el treball i, en particular, d'organitzar-se col·lectivament amb altres persones.

1.1. L'auge de l'emprenedoria

Des que Richard Cantillon va introduir el terme *entrepreneur* per primera vegada el 1755, l'emprenedoria ha estat estudiada des de diverses disciplines com la teoria econòmica, la sociologia, la psicologia, l'administració d'empreses i la ciència política. Malgrat que el terme com a tal data de fa temps, hem de contextualitzar l'abordatge que aquí presentarem en l'auge que ha agafat l'emprenedoria a les dècades més recents de les nostres societats.



Avui dia és evident que l'emprenedoria ha desbordat el seu limitat territori original, localitzat en el camp dels petits negocis i els cursos motivacionals, i ha aconseguit tenyir gairebé cada aspecte de l'esfera pública. Donant un cop d'ull a sectors diversos, ens topem amb una interpel·lació creixent que convida actors de perfil heterogeni –universitaris, joves, treballadors, nens, minories ètniques, ciutadans, aturats, jubilats i associacions– a convertir-se en emprenedors.

Desenvolupar habilitats emprenedores sovint es prescriu com una via per alleujar una sèrie diversa de problemes als quals s'enfronten les organitzacions contemporànies. Autors clàssics del camp de la consultoria i la gestió empresarial com Peters i Waterman (1982 a Alonso i Fernández, 2013) comencen a promoure a la dècada de 1980 que l'emprenedoria alleujarà les mancances de les organitzacions empresarials de gran escala i el seu pesat cos burocràtic. Altres autors també clàssics com Osborne i Gaebler (1992 a Du Gay, 1996, pàg. 265) plantegen l'emprenedoria com una sortida als problemes de les pesades burocràcies públiques, i suggereixen un viratge a models de govern emprenedor. Un altre factor que ha incrementat l'interès recent en l'emprenedoria és la promoció del paper que pot tenir en una societat cada cop més preocupada pel problema de l'atur. Gairebé independentment del problema econòmic o social que es plantegi, l'emprenedoria apareix sota la promesa de ser «la solució».



Amb aquest auge s'han multiplicat les perspectives tant acadèmiques com de la literatura empresarial que estudien aquest fenomen. Amb tot, aquests autors coincideixen a destacar que el concepte d'*emprenedoria* no té una definició precisa i consensuada. El Banc Mundial el defineix de forma vaga i rasa identificant com a emprenedoria l'acció de registrar una nova empresa:

«Les activitats d'un individu o un grup destinades a iniciar una empresa econòmica al sector formal sota la forma jurídica de l'empresa» (World Bank, 2011, traducció pròpia).

Altres defineixen l'emprenedoria com

«una activitat que implica el descobriment, avaluació i explotació d'oportunitats per a introduir nous productes i serveis, formes d'organització, mercats, processos i matèries primeres a través de mètodes que anteriorment no havien existit» (Shane i Venkataraman, 2000, pàg. 28, traducció pròpia).

Malgrat que hi ha múltiples interpretacions en relació amb l'emprenedoria i la figura de l'emprenedor, en aquest mòdul ens limitarem als trets comuns que s'acostumen a repetir en aquesta literatura. Per fer-ho, ens enfocarem a presentar com ha estat definida l'emprenedoria i la figura de l'emprenedor a partir d'alguns autors clàssics com Schumpeter. Les nocions més populars de l'emprenedoria que se solen esmentar a la literatura de gestió empresarial provenen d'una visió heroica –i de vegades caricaturitzada– que es reprèn d'aquests autors de referència. A partir d'aquests autors, resumirem breument els trets que s'han atribuït a l'emprenedor i les funcions que haurà de complir l'emprenedoria. Això ens permetrà establir les bases per a l'abordatge de les perspectives crítiques, que desenvoluparem a l'apartat següent.

1.2. Cantillon: l'emprenedor, un especialista en la presa de riscos

Se sol atribuir la introducció de la noció d'*emprenedor* a l'economista irlandès d'ascendència francesa Richard Cantillon (dècada de 1680-1734), al seu *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. En el recorregut històric que Casson i Godley (2005) fan al voltant dels autors clàssics que han tractat l'emprenedoria, destaquen la noció de *risc* com a element característic en el plantejament d'aquest autor. D'acord amb Cantillon, l'emprenedor és un especialista en la presa de **riscos**: «assegura» els treballadors mitjançant la compra de la seva producció per a la revenda abans que els consumidors hagin indicat quant estan disposats a pagar. És així que els treballadors reben un ingrés assegurat (al curt termini, almenys), mentre que l'emprenedor assumeix el risc causat per les fluctuacions de preus als mercats de consum.



Richard Cantillon

Aquesta idea serà refinada posteriorment per l'economista Frank Knight (1921 a Casson i Godley, 2005, pàg. 26), que introdueix una diferenciació important. Knight distingeix entre el **risc**, que és asegurable, i la **incertesa**, que no ho és. El risc es refereix a esdeveniments recurrents la freqüència relativa dels quals se sap a partir de l'experiència prèvia. Com que hi ha esdeveniments econòmics que s'han repetit en el temps, es té certa experiència que permet preveure i assegurar el control de possibles efectes negatius. Per contra, la incertesa es relaciona amb esdeveniments únics la probabilitat dels quals només pot ser estimada subjectivament. Knight considerava que la majoria dels riscos relatius a la producció i comercialització cabien en aquesta categoria, la d'una incertesa sobre la qual no es té experiència prèvia. Com que els propietaris de negocis no es poden assegurar contra aquests riscos desconeguts, són deixats a la seva sort per a fer-se'n càrrec. En aquest sentit, el guany és una recompensa per assumir aquest risc no asegurable: fer front amb bon judici davant la incertesa és la recompensa de l'emprenedor pur.

Aquest matís, que pot semblar menor, serà de gran importància per a les nostres anàlisis posteriors. Una de les definicions més acceptades sobre l'emprenedoria a la literatura contemporània la defineix com «la presa de decisions amb bon judici sobre la coordinació de recursos que són escassos en condicions d'incertesa» (Casson i Godley, 2005). És al voltant d'afirmacions com aquesta que, en la promoció de l'emprenedoria, el resultat de l'èxit econòmic es mesurarà a partir de les característiques i virtuts individuals que cadascú tingui per a fer front a la incertesa.

1.3. Schumpeter: l'emprenedoria en la regeneració del capitalisme

Una de les contribucions teòriques més citades en el camp de l'emprenedoria és la de l'economista austríac Joseph Alois Schumpeter (1883-1950). Durant la primera part de la seva vida va treballar com a home de negocis i com a ministre de Finances a Àustria, i a partir de 1932 va ser professor a la Universitat de Harvard, als Estats Units. En una sèrie d'escrius, Schumpeter va desenvolupar un enfocament per a l'estudi del canvi econòmic i social a llarg termini, centrant-se particularment en el paper exercit per la innovació.

En donar un lloc central a la innovació, l'autor pretenia explícitament distanciar-se de la teoria neoclàssica perquè considerava que aquest abordatge havia tingut una premissa de partida errònia: que la vida econòmica era essencialment passiva. I, en conseqüència, aquesta teoria clàssica havia tractat els cicles econòmics com a processos estacionaris (Schumpeter, 1989, pàg. 166).

La teoria neoclàssica

La teoria neoclàssica de l'economia sorgeix entre 1870 i 1920. Aquesta teoria va sistematitzar l'oferta i la demanda i les va considerar fonamentals en la determinació del valor. L'economia clàssica considerava com a font del valor el cost de la producció. L'economia neoclàssica, en canvi, assenyala que el valor d'un bé depèn de la utilitat que aquest bé brinda a les persones (demanda) i de l'escassetat del bé en qüestió (oferta). La teoria neoclàssica va implementar una manera de recerca que consisteix en la utilització de supòsits i models, que són simplificacions abstractes de la realitat. La seva teoria té com a base l'estudi del comportament econòmic sota situacions perfectament caracteritzades – hipotètiques– com la competència perfecta o el monopoli.

Amb la finalitat de generar una teoria alternativa, en un dels seus tractats principals, *Teoría del Desarrollo Económico*, Schumpeter es comença a centrar en la interacció entre les persones innovadores, que anomenarà *emprenedors*, i el seu entorn social. Els conceptes nodals del seu plantejament –destrucció creativa, cicles d'innovació i la figura de l'emprenedor– pretendran respondre a la pregunta sobre com el sistema econòmic genera la força que el transforma incessantment.

1.4. Innovació i destrucció creativa

Per a Schumpeter, «la creació de la novetat» és essencial per a la funció emprenedora, així com per al desenvolupament del capitalisme. A la seva teoria, la competència a través de la innovació és la força motora que permet que



Joseph Alois Schumpeter

Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Joseph_Schumpeter_ekonomialaria.jpg
(CC by-sa, per Volkswirtschaftliches Institut, Universität Freiburg, Freiburg im Breisgau, Germany)

les empreses capitalistes siguin competitives i incrementin la productivitat. Aquesta és, per a Schumpeter, la veritable naturalesa de la competència capitalista, i no l'anomenada *competència de preus*, com havia acostumat a afirmar la literatura clàssica. Innovar –i no reduir preus– havia de ser l'objectiu de la competència capitalista.

Schumpeter amplia la definició d'*innovació tecnològica* (la introducció de nova maquinària) per donar compte de l'impuls fonamental que sustenta i manté la maquinària capitalista en marxa. I com a proposta alternativa categoritza diversos **tipus d'innovació**: **a)** nous béns de consum, **b)** nous mètodes de producció o transport, **c)** nous mercats i **d)** noves formes d'organització industrial que l'empresa capitalista crea (Schumpeter, 1982: 66" PER "Schumpeter, 1982, pàg. 66).

L'autor defineix la innovació com l'efecte de «noves combinacions de coneixements nous o existents, de recursos o d'equipament» (Schumpeter, 1982, pàg. 65). Aquí és altament significativa la distinció que Schumpeter fa entre **invenció** i **innovació**.

La invenció és la primera aparició d'una idea per a un nou producte o procés. La innovació, en canvi, és la primera **comercialització** de la idea. La innovació és una activitat social específica (funció) duta a terme en l'àmbit econòmic i amb un fi comercial, mentre que les invencions, en principi, es poden portar a terme a tot arreu i sense cap intenció de comercialització.

En aquest sentit, la innovació és definida com a tal únicament en la mesura en què sigui susceptible d'assignació d'un valor econòmic. Aquest és un element important, perquè, com veurem més endavant, ha obligat a traduir en termes de valor econòmic i de mercat determinats aspectes de la vida social que fins ara no en participaven, com les formes de vida a la ciutat i algunes pràctiques creatives que es mantenien fora de les lògiques de mercat.

Schumpeter explicita clarament que aquesta creació de la novetat implica superar o eliminar els obstacles i escombrar tot allò que obstaculitza el camí. Per això, assenyala que l'emprenedoria requereix un procés de canvi i de creació que necessàriament suposa destrucció al qual anomenarà **destrucció creativa**. En la lectura que en fa la creació no és una activitat que suma a la realitat existent, una mera addició a l'estat de les coses, sinó una transformació que destrueix relacions prèviament existents per a poder establir noves relacions. D'aquí prové la famosa imatge que Schumpeter evoca del vendaval perenne de la destrucció creativa (Schumpeter, 1971).

En aquest sentit, la noció d'*innovació* en Schumpeter és el resultat de lluites contínues entre individus emprenedors que advoquen per solucions innovadores a problemes concrets i, en particular, que s'enfronten a la burocràcia o estabilitat de la inèrcia social.

1.5. L'emprenedor

A partir de Schumpeter, l'emprenedor es converteix en la base de l'impuls econòmic. Per a aquest autor, aquests nous agents són la clau de la innovació i els cicles de canvi econòmic. La raó principal de tot plegat, ens assenyala, es deu a la prevalença de la inèrcia i de la resistència a les noves formes. D'acord amb Schumpeter, per a superar aquesta resistència al canvi es requereixen aptituds que només es troben en una petita fracció de la població (1971, pàg. 181).

És aquesta «qualitat excepcional» la que Schumpeter associa en alguns dels seus primers escrits amb la figura de l'emprenedor. És per això que l'autor fa una distinció explícita respecte a l'empresari. La funció de l'emprenedor «no consisteix, essencialment, a inventar alguna cosa ni a crear d'una altra manera les condicions que l'empresa explota [...], consisteix a obtenir èxits» (1971, pàg. 181), i per a fer-ho es requereixen qualitats que vagin més enllà de les competències administratives i de gestió ordinàries (Schumpeter, 1947, pàg. 152).

L'esperit emprenedor, com a qualitat excepcional i inherent a la personalitat de determinats subjectes, és un dels trets que més ha explotat la literatura de gestió empresarial contemporània a l'hora de popularitzar els arguments de Schumpeter. I és també l'element que més ha contribuït a la mistificació de la figura de l'emprenedor. Al recorregut històric entorn de l'emprenedoria fet per Casson i Godley, els autors ressalten com aquesta figura s'ha convertit en el personatge principal en diversos relats de creixement econòmic:

«Apareix a les biografies de negoci com un carismàtic fundador d'una empresa; als estudis de la indústria, com un innovador prominent, o una figura destacada en una associació comercial; i a les històries generals de l'economia, com una de les hordes de petits empresaris autònoms que confereixen flexibilitat i dinamisme a una economia de mercat» (Casson i Godley, 2005, pàg. 25).

Un apunt similar fan Boltanski i Chiapello (2002), en identificar com aquestes virtuts van passar a ocupar un lloc central als nous discursos de la gestió empresarial a partir de la dècada de 1990:

«Romandre reactiu, mòbil físicament i intel·lectualment, disposat al canvi, que es multipliqui la capacitat de resposta a un món inestable... No romandre lligat a una professió o aferrat a una qualificació, adaptable, flexible, polivalent [...] és actiu i autònom, capdavanter de si mateix i de les seves relacions, té la iniciativa en els seus compromisos, se sap arriscar per connectar-se, sempre a l'aguait, no permet ser obstaculitzat per plans rígids» (Boltanski i Chiapello, 2002, pàg. 167).

A les representacions construïdes en aquesta literatura, els emprenedors es troben motivats pel lucre, però no exclusivament pel benefici. El to heroic d'aquestes narracions s'introdueix a partir d'altres elements de motivació com

el «somni i la voluntat de fundar un regne privat», l'«alegria de la creació», la «voluntat de conquerir: l'impuls per lluitar» i «provar-se a si mateix com a superior als altres» (Casson i Godley, 2005, pàg. 27).

D'acord amb la perspectiva crítica de Peter Armstrong, al seu llibre *Critique of Entrepreneurship* (2005), hi ha hagut tot un camp de recerca que s'ha lliurat a la tasca de confirmar aquest mite de l'emprenedoria i de les virtuts de l'emprenedor. Des del camp de la psicologia organitzacional i els estudis de la gestió empresarial s'ha fet un esforç –en bona mesura fallit– que ha pretès comprovar a través d'estudis que l'emprenedor és una persona amb iniciativa, un innovador, un subjecte que pren riscos i motivat per la necessitat d'assoliments (Armstrong, 2005, pàg. 42). En relació amb aquestes recerques, a continuació argumentarem per què calen noves perspectives crítiques entorn de l'estudi de l'emprenedoria.

2. Perspectives crítiques entorn de l'emprenedoria

Un matí qualsevol obrim la premsa i una allau de notícies salten davant nostre fent referència aquí i allí a la figura de l'emprenedor. N'escollim una a l'atzar i comencem a llegir. «Els emprenedors seran els herois de la generació vinent», afirma amb entusiasme el degà de la IE Business School, i continua:

«Ens enfrontem a un futur que està exigint que ens reinventem diverses vegades a la vida. Avui no és estrany trobar un directiu de menys de 45 anys que ha canviat de feina més de quatre vegades. S'imposa desenvolupar l'esperit emprenedor, buscar oportunitats diferents de les tradicionals [...]. I, per descomptat, desdramatitzar els canvis. El concepte d'una feina per a tota la vida ha desaparegut fins i tot a l'Administració» (Carrizosa, 2015).

Ens queda ressonant aquesta última frase, «el concepte d'una feina per a tota la vida ha desaparegut fins i tot a l'Administració». I és que no sempre la figura de l'emprenedor ha gaudit de tanta promoció com ara; com podem explicar l'explosió d'aquest auge?

Saltem a una altra notícia, que ens assenyala que «els qui abans somiaven ser funcionaris, avui volen ser els seus propis caps» (González, 2015). Aquest segon article narra les transformacions que han marcat el context laboral de les últimes dècades a l'Estat espanyol. A la dècada de 1980 i de 1990, ens explica l'article, pocs treballadors estaven disposats a treballar per compte propi. Fa amb prou feines trenta anys la Generalitat de Catalunya registrava la demanda més elevada de joves aspirants a la funció pública. En tres dècades el tomb en les preferències sembla ser total. L'informe recent del Young Business Talents, un simulador empresarial de l'escola de negocis ESIC, reflecteix que actualment un de cada tres joves espanyols aspira a ser funcionari; un altre, emprenedor, i el tercer vol ser treballador per compte d'altri al sector privat, conclou l'estudi.

Les xifres que l'article reporta són significatives: el 1985 amb prou feines 1,9 milions de treballadors autònoms figuraven a les estadístiques de l'INE al sistema de la Seguretat Social. El 2014 el registre assenyala més de 3,5 milions d'afiliats al règim especial de treballadors autònoms, una xifra considerable si tenim en compte que representa el 20% de la població activa espanyola (González, 2015). El sistema econòmic reconeix aquests treballadors com a *freelancers*, autoocupats o emprenedors, sense distinció entre els uns i els altres. És particularment significatiu aquest encavalcament entre la figura de l'autoocupat o l'emprenedor i el paper que se'ls atorga durant els períodes de crisi econòmica. Continuem llegint la premsa i trobem:

«Aquest “per compte propi” és un treballador independent, amo, cap i responsable de les seves activitats professionals, que s’ha convertit en tot un símbol d’estatus laboral en el trànsit d’aquestes tres últimes dècades, amb fortuna diversa però cada vegada amb un caràcter més definit per les lleis com utilitzat a la pràctica, en part per necessitat i en part per vocació dels més joves (i independents), l’anomenada generació *millennial*.

[...]

Avui dia el treballador per compte propi, que s’ha titllat permanentment com a emprenedor, és un representant d’una força laboral amb personalitat pròpia, que no falta a cap dels programes dels partits polítics per a les properes cites electorals» (González, 2015).

Aquestes notes de premsa ens permeten exemplificar com, a les últimes dècades, els discursos de la gestió empresarial entorn de l’emprenedoria han cobrat legitimitat a l’esfera pública i han proporcionat a la ciutadania una determinada imatge de l’empresa, de la societat i dels individus lligada a termes atractius com ara *innovació, creativitat, risc i llibertat*. Les seves recomanacions són tingudes en compte no només pels directius de les empreses, sinó fins i tot per polítics, funcionaris d’Estat i per la ciutadania en general, atrets per una cerca de motivació per a desenvolupar el seu treball quotidià.

2.1. Per què la necessitat de perspectives crítiques entorn de l’emprenedoria?

Una de les crítiques més notables a aquests discursos de la innovació i l’emprenedoria prové dels anomenats *critical management studies* o estudis crítics de la gestió empresarial. D’acord amb els sociòlegs Alonso i Fernández, als textos de gestió empresarial «ens trobem amb una visió de la innovació totalment despolitzada, pragmàtica i economicista» (2011, pàg. 1142). Els seus postulats són acceptats com si fossin simple «sentit comú», quelcom natural o d’obligada aplicació pràctica al món de l’empresa (Alonso i Fernández, 2011, pàg. 1142). El seu pensament s’acostuma a acollir de manera acrítica atesa la seva naturalesa aparentment tècnica i la connotació de «visionari» que solen tenir els gurus de la gestió empresarial.

Al seu article «Critical perspectives in entrepreneurship research», els acadèmics Tedmanson i altres. (2012) fan una revisió de la literatura i de les recerques que han predominat en el camp de l’emprenedoria i a partir d’aquest recorregut detecten diverses limitacions. D’una banda, la majoria de les recerques en emprenedoria han estat de naturalesa funcionalista. El seu camp d’estudi ha estat dominat per una visió que redueix l’emprenedoria a un fenomen econòmic: «un tret especial o un conjunt de comportaments que impulsen a la creació d’empreses» (Tedmanson i altres, 2012, pàg. 532). Aquesta concepció de l’emprenedoria com una activitat econòmica positiva i desitjable ha exercit un efecte d’ombra sobre qüestions de gran importància, com els valors, ideologies, ambigüitats i relacions de poder que aquesta organització del treball comporta.

Sobre aquest tema, assenyalen que l'emprenedoria ha tendit a privilegiar formes específiques d'acció econòmica, en detriment d'altres formes d'organització col·lectiva i d'intercanvi que, des d'aquests discursos, són valorades com a problemàtiques o simplement ignorades en considerar-se mancades de viabilitat tant econòmica com social.

En sintonia amb aquest argument, autores com Ahl i Marlow (2012) introdueixen perspectives feministes per a assenyalar que existeix una concepció estereotipada del subjecte emprenedor, que normalment sol ser representat com un home, blanc, de classe mitjana o alta, generalment jove i dinàmic. Com veurem més endavant, les estadístiques evidencien que l'èxit emprenedor de cap manera no depèn únicament de les qualitats i esforços personals, sinó que es regeix per patrons de discriminació quant a gènere, classe i procedència ètnica. Amb aquest assenyalament, les autores posen en qüestió l'assumpció neoliberal que l'emprenedoria és un territori obert i accessible, on els criteris d'èxit són marcats únicament pels esforços i motivacions personals.

A partir d'aquests assenyalaments, els estudis crítics de la gestió empresarial i altres perspectives teòriques indiquen que cal abordar des d'una perspectiva històrica els discursos que els últims anys han popularitzat a la societat les nocions d'*innovació* i *emprenedoria*. D'acord amb els sociòlegs Boltanski i Chiapello (2002), la literatura de gestió empresarial és un dels principals llocs d'inscripció de l'esperit del capitalisme. És així que a través d'aquests textos i d'altres referents que han promogut l'emprenedoria podem rastrejar la profunda transformació que ha travessat l'esperit del capitalisme al llarg dels últims trenta anys, abandonant els trets ideològics específics que van caracteritzar la seva etapa industrial. El nostre interès als següents apartats serà donar compte d'aquesta mutació. I, a partir d'aquí, identificar l'aparició d'un nou esperit del capitalisme, que se serveix de les noves tecnologies, que opera sota la forma de xarxa i en el qual els valors associats a l'emprenedoria tindran un paper crucial.

Al llarg d'aquest apartat argumentarem que l'actual promoció de l'emprenedoria de cap manera no es pot assumir com un fenomen espontani, de tall ahistòric o políticament neutre. Com veurem, aquest auge s'ha d'entendre en el marc d'una sèrie de transformacions lligades a: **a)** la flexibilització i desregulació del treball, **b)** la crisi de les economies industrials i la seva reconversió postindustrial, i la incursió del coneixement, la creativitat i la innovació com a nous motors de la producció en el si del capitalisme global, i **c)** la reformulació dels valors associats al subjecte treballador, que passarà de ser interpel·lat com a empleat a ser un subjecte autònom que assumeix com a pròpies les motivacions i riscos de l'activitat econòmica.

El nostre objectiu és posar en relleu que l'auge actual de l'emprenedoria s'ha d'entendre en el marc de tres transformacions:

1) Un canvi en l'organització, els valors i drets lligats al treball, que com veurem després, va de la crisi del model fordista a la incorporació dels valors del toyotisme a la dècada de 1970. Aquesta mutació donarà pas a una **nova cultura de l'emprenedoria**, que començarà a ser promoguda per la literatura de la gestió empresarial a partir de la dècada de 1980. Per a això introduïrem les aportacions dels **estudis crítics de la gestió empresarial**.

2) Un canvi en l'anterior forma de generació i acumulació de riquesa del capitalisme industrial, que s'acompanya de l'entrada del coneixement, la innovació i la comunicació com a nous recursos de l'economia. Analitzarem l'emergència d'una nova lògica i les formes d'explotació de recursos comuns com el coneixement i la cooperació des de la perspectiva del **capitalisme cognitiu**.

3) Un canvi en les formes de govern de la producció econòmica, que passarà del territori de l'empresa i la gestió del treballador a la promoció de formes d'autoresponsabilitat i assumpció personal de riscos i costos per part del subjecte creatiu. Aquí introduïrem la perspectiva dels **estudis culturals** i l'anàlisi crítica que han desenvolupat al voltant del **govern de si mateix** de l'emprenedor cultural.

2.2. Estudis crítics de la gestió empresarial: transformacions postfordistes en l'organització del treball

A continuació analitzarem els processos de reorganització del treball a les empreses al llarg del segle XX i identificarem tres moments. En primer lloc introduïrem el **model fordista** burocràtic i jerarquitzat de la gran indústria, que prevaldrà a la primera meitat del segle XX. La crisi d'acumulació industrial portarà a la incorporació del **toyotisme** durant la dècada de 1970 inspirat en la indústria japonesa. Aquest segon model suposarà un primer pas cap a la flexibilització laboral així com l'entrada del coneixement i la creativitat dels treballadors com a base fonamental de la productivitat de l'empresa. Aquests antecedents establiran les bases que ens permetran analitzar l'auge de la «**cultura de l'emprenedoria**» a la literatura de la gestió empresarial de la dècada de 1980 i 1990.

Per fer-ho resumirem les transformacions principals que ha tingut el discurs de la gestió empresarial a partir de diversos treballs en aquest camp dels sociòlegs Alonso i Fernández. D'acord amb aquests autors:

La literatura de la gestió empresarial «reflecteix, d'una manera fidedigna, els trets fonamentals de l'actual ideologia empresarial, i resumeix als seus continguts tant els valors morals com les pràctiques acceptables del capitalisme al llarg de les seves diverses fases històriques» (Alonso i Fernández, 2013, pàg. 45).

2.2.1. Fordisme i capitalisme industrial

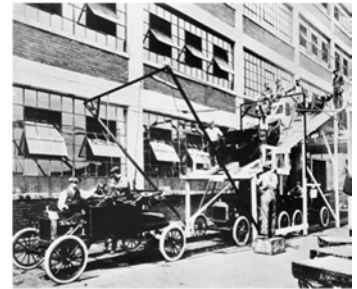
El fordisme introdueix l'organització científica del treball en el marc de la cadena de producció en massa. Això va permetre optimitzar la productivitat que sustentaria el creixement econòmic del capitalisme industrial a la primera meitat del segle XX (Alonso i Fernández: 2013, pàg. 49-50). A les primeres etapes, el fordisme va tenir com a principis organitzatius una divisió detallada de les tasques de la fàbrica, la posada en marxa de ritmes de treball cronometrats i un aprofundiment del control dels gestos i dels temps productius dels treballadors.

El fordisme

El fordisme és el model de producció industrial que sorgeix a principis del segle XX i que té com a referent les línies de muntatge de la indústria automotora, iniciades per Henry Ford. La cadena de muntatge permet un augment de la divisió del treball i implica un control més gran dels temps productius dels obrers. Amb això s'aconsegueix augmentar la producció i reduir els costos. Un dels pilars del capitalisme fordista va ser augmentar el poder adquisitiu dels obrers; amb això es pretenia una expansió del mercat de consum. Sota aquesta lògica, la indústria automobilística va contribuir a la creació d'una societat de consum; en elevar el salari, Ford va convertir els seus treballadors en consumidors.

En el marc d'aquesta organització del treball és fonamental destacar el naixement del temps d'oci. Després de les conquestes de la Revolució Industrial, els obrers obtenen el dret a jornades laborals regulades, dies de descans i vacances. Amb això sorgeix una preocupació creixent pel temps lliure de les classes treballadores, cada vegada més nombroses i polititzades, en visualitzar-lo com un temps «perillós» no ocupat en cap activitat productiva. Això porta a la creació de grups d'especialistes, psicòlegs industrials i científics socials que posen en marxa espais i activitats que organitzen el descans dels treballadors. Aquestes activitats permetran la disciplinarització del temps d'oci amb el plantejament d'una promoció del treball fet sota la promesa del no-treball (Sgrazzutti, 2005). Sota aquesta lògica, la divisió ordenada dels temps d'oci i treball tindrà com a objectiu incrementar la productivitat dels treballadors a la fàbrica. Aquesta parcel·lació dels temps de treball i descans és un element important que prendrem en contrastar la flexibilització dels temps contemporanis de treball de l'emprenedoria.

Després de la Segona Guerra Mundial, el fordisme es consolida amb l'aparició de les grans multinacionals, i dona pas a l'era de la **gran corporació** (Alonso i Fernández, 2013, pàg.). En continuïtat amb els principis fordistes, aquesta època està marcada per un discurs optimista que exalta l'organització i la pla-



Cadena de muntatge fordista

Font: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:AssemblyLine.jpg> (domini públic)



Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Bundesarchiv_Bild_146II-732,_Erholung_am_Flussesufer.jpg (CC by-sa, per Bundesarchiv, Bild 146II-732)

nificació. Al discurs de la gran corporació s'exalta la cooperació a través de polítiques d'acord entre treballadors organitzats (sindicat) i el capitalista, alhora que l'activitat es racionalitza d'acord amb un organigrama jeràrquic.

Com observem amb l'exemple d'Enrico, el pare treballador i de classe obrera, en el marc de l'organització fordista del treball, el salari garantit i els pactes entre sindicats i capitalistes van funcionar com a forma de negociació que justificava el sistema jeràrquic de producció. Aquesta estructura empresarial burocratitzada i els règims d'explotació laboral en els quals se sustenta, es justifiquen sota una mena de pacte social capital-treball que s'acompanya de polítiques econòmiques i socials que afavoreixen l'estabilitat del sistema i dels mercats. Això es combina amb un interès per l'augment del poder adquisitiu dels assalariats que permeti augmentar la circulació de les mercaderies i expandir el mercat fent de l'obrer un treballador consumidor.

2.2.2. Toyotisme

Com veurem a continuació, el toyotisme ens permet identificar la introducció de valors com la flexibilitat i l'adaptació a l'organització del treball, avui característics de l'emprenedoria. Aquest model també marca l'entrada del coneixement i la innovació com a recursos fonamentals de la producció.

Al principi de la dècada de 1970, les economies industrials occidentals entren en un procés d'esgotament estructural que posa en crisi i obliga a reformular la producció en massa de la indústria fordista. Un dels factors que intervenen en aquest procés és la crisi del petroli de 1973. L'augment del preu del petroli en el context industrial provoca una forta inflació, disminueix la taxa de creixement econòmic i l'índex de la productivitat, cosa que afecta els Estats Units i altres potències econòmiques a l'Europa occidental. A això se suma una progressiva globalització dels mercats i l'augment de la competència, particularment amb l'enfortiment econòmic del sud-est asiàtic. Davant d'aquesta crisi, la indústria occidental comença a dirigir l'atenció cap al model de producció japonès, que en només un parell de dècades havia aconseguit portar la indústria d'aquest país del subdesenvolupament a la seva consolidació com a potència mundial. Aquest model serà conegut com a toyotisme i al context occidental marcarà un trencament del model industrial.

El toyotisme neix al Japó a la dècada de 1950, als tallers de Toyota, i té com a base el sistema *just in time*,

«una producció que, per tal d'evitar l'acumulació d'estocs excessius d'existències (de mercaderies no venudes), organitza el treball intern de la manera més flexible possible» (Marazzi, 2003, pàg. 11).

En el context europeu i nord-americà serà importat i implementat a partir de la dècada de 1970. Amb aquest nou model es pretén revertir la crisi de la producció en massa fordista.



Planta de producció de Toyota
Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Toyota_Plant_Ohira_Sendai.jpg (CC by-sa, per Bertel Schmitt)

L'eficàcia del toyotisme té com a base la fabricació de productes molt diferenciats en petites quantitats, a diferència de la producció massiva del fordisme d'un sol producte. Per fer-ho, requereix un treballador multifuncional que sigui capaç de fer anar simultàniament diverses màquines. El toyotisme té com a característiques principals la flexibilitat laboral i una alta rotació en rols exercits pels treballadors, el foment del treball en equip i d'una cultura corporativa que permeti la identificació motivacional cap-treballador i treballador-empresa.

D'acord amb Marazzi, enfront de la gran corporació fordista, la fàbrica del toyotisme «es fa necessàriament minimalista» (2003, pàg. 12) i ha de limitar tot el que excedeixi la capacitat d'absorció del mercat. Si en el fordisme els temps i maneres de producció estaven fèrriment programats, sota la filosofia *just in time* cal generar mecanismes que permetin l'adaptació constant sota demanda. Aquesta **producció flexible** implica nous rols, valors i formes de control dels treballadors. La producció s'organitza al voltant dels anomenats *cercles de qualitat*, en els quals representants dels treballadors i l'empresa col·laboren per a millorar processos productius concrets (Alonso i Fernández, 2013, pàg. 52). Aquests cercles treballen per buscar solucions als errors detectats a la producció i constitueixen l'espai on els coneixements i la reflexivitat dels treballadors passen a ocupar un lloc central en la generació d'innovació i en l'increment de la producció. A diferència del fordisme, se supera la mecanització i individualització del treballador en un desplaçament cap a la **col·laboració**, tant entre treballadors com entre treballadors i caps.

L'interès a introduir aquest model organitzacional és identificar com el toyotisme serà el primer pas en un canvi de paradigma en l'*organització* del treball (la seva flexibilització) i en la seva naturalesa, amb l'entrada del coneixement i la innovació com a recursos centrals de la producció. D'acord amb Marazzi,

«amb la producció flexible, la comunicació, el flux d'informació, entra directament al procés productiu. Comunicació i producció se superposen en la nova manera de produir, mentre que en el fordisme la comunicació es trobava juxtaposada al procés productiu» (2003, pàg. 12).

El coneixement entra en el circuit de valor. Les màximes de millora contínua de la productivitat, qualitat total i satisfacció del client s'aconseguiran per mitjà de processos continus d'**intercanvi d'informació, comunicació** i processos d'innovació i millora. D'altra banda, d'acord amb Álvarez Newman (2012, pàg. 190), la insistència en «la fàbrica que aprèn dels seus defectes» i l'entrenament continu als llocs de treball posa en marxa dispositius de formació contínua, fent que els espais de producció i de formació es combinin constantment.

En el toyotisme «l'ús flexible dels cossos i del temps de treball es pretén legitimar amb la ideologia de la millora contínua per mirar d'aconseguir efectes de consentiment al sistema de producció. Així mateix, les remuneracions es flexibilitzen i esdevenen un dispositiu d'individualització de la productivitat i la qualitat de cada treballador» (Álvarez Newman, 2012, pàg. 198).

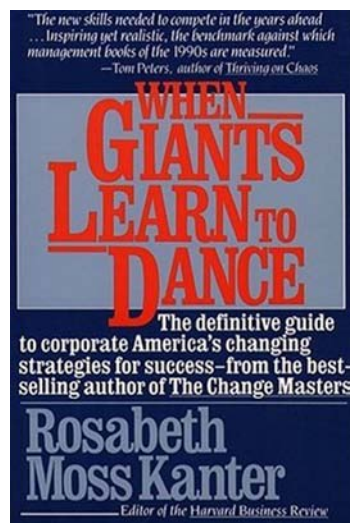
La flexibilitat adquireix un valor fonamental en tant que permet una adaptació total tècnica i social a les anades i vingudes del mercat (Álvarez Newman, 2012, pàg. 184). Així, les competències personals adquireixen un paper fonamental. Aquesta adaptació demana una **implicació constant i activa** dels treballadors. Davant de l'organització científica del treball, el factor humà passa a ocupar un lloc central com a font de més productivitat. És per això que es mobilitza els subjectes mitjançant la identificació amb els objectius de l'empresa a través del **foment de la cultura corporativa**, i la motivació es converteix en un element essencial del treball.

2.2.3. La nova cultura empresarial de la dècada de 1980 i 1990

Com hem assenyalat, els alts i baixos econòmics de la dècada de 1970 i la progressiva incertesa dels mercats van posar en crisi el sistema fordista i, amb això, va venir un nou canvi en els discursos de la gestió empresarial en el context angloamericà. Després de les primeres mutacions introduïdes pel toyotisme, a principis de 1980 es produeix un gir radical que abandona el discurs de la gran corporació i dona pas a l'empresa sense jerarquies. Aquest nou model de l'empresa en xarxa adquireix impuls amb l'avanç de les tecnologies de la informació i la globalització econòmica. D'acord amb Alonso i Fernández,

«la producció en sèrie dona pas a una producció flexible, i això requereix que on es posava l'accent en el control de la producció, ara es faci en la flexibilitat i la destrucció creativa; on es parlava de planificació, ara es prescriu la necessitat de més innovació; on hi havia jerarquies directives, es consolidin estructures horitzontals; on hi havia equips de direcció, ara es trobin emprenedors» (Alonso i Fernández, 2013, pàg. 60).

El text clàssic de la gestió empresarial de la dècada de 1990, *Cuando los gigantes aprenden a bailar*, de Rossabeth Moss Kanter, resumeix l'imperatiu que es llança a aquests gegants que són les grans corporacions. Els discursos de la planificació i la seguretat donen pas a l'exaltació de la llibertat i la incertesa, i es comença a demanar als individus i les organitzacions més innovació, compromís i flexibilitat. L'era de la burocràcia s'associa amb mètodes de gestió d'èpoques passades, que apel·len a un imaginari que de forma despectiva el vincula amb la Unió Soviètica (Alonso i Fernández, 2011). L'organització jeràrquica dona pas a la **descentralització**, les xarxes i l'**externalització** de funcions.



Portada del llibre *Cuando los gigantes aprenden a bailar*

Un desplaçament fonamental en la cultura de l'emprenedoria és la **delegació de responsabilitat als individus** i a les seves capacitats creatives. Es planteja que la burocràcia de la gran corporació impedeix que aflori el talent dels empleats; és sobre ells i les seves habilitats i competències que recaurà la transformació de les empreses.

La concepció de l'**emprenedor innovador** que s'enfronta a un mercat sotmès a canvis constants i incertesa se situa al centre. Aquest discurs apareix acompanyat d'una exigència d'ocupabilitat, empresarialitat, adaptabilitat i disponibilitat permanent al canvi, en el marc de condicions de treball cada vegada més inestables i desregulades (Alonso i Fernández, 2011). Davant de la concepció del treballador característica de la socialdemocràcia fordista –«tothom és un treballador en potència»–, la nova cultura de la gestió empresarial posa en joc una nova comprensió: «**tothom tenim capital**» (humà, creatiu, relacional, simbòlic, econòmic, social).

2.2.4. Cada ciutadà, un empresari de si mateix

La consolidació de la nova cultura empresarial s'ha d'entendre en el marc d'una sèrie de valors que comencen a ser promoguts pels governs neoliberals de Margaret Thatcher i Ronald Reagan. En aquest context ens referim al **neoliberalisme** com el corrent econòmic i ideològic que va ser plantejat pels economistes de l'anomenada Escola de Chicago, amb Milton Friedman al capdavant. El terme *neoliberalisme* va agafar rellevància a la dècada de 1980 per a referir-se a les intervencions econòmiques que es van engegar a Xile durant la dictadura d'Augusto Pinochet, impulsades pels Chicago Boys.

Durant la mateixa dècada, aquestes polítiques també van ser adoptades per la primera ministra britànica, Margaret Thatcher, i el president dels Estats Units, Ronald Reagan. Aquests dos mandatari es van convertir en els promotors principals d'un gir neoliberal en la gestió pública que va advocar per la privatització de les empreses estatals, la limitació del paper de l'Estat a l'economia, una reducció de l'administració pública i l'obertura i desregulació dels mercats. En el pla laboral, el govern de Thatcher va promoure la flexibilització laboral i la reducció del poder dels sindicats. Les mítiques frases de la primera ministra britànica van ser la millor expressió de les polítiques neoliberals de l'època: «No hi ha alternativa, la societat no existeix, només existeixen els individus. Només són pobres els qui ho volen ser».

Parlar de «**cultura empresarial**» en el marc d'aquestes polítiques neoliberals posa en evidència tot un programa de govern basat en la «imaginació emprenedora» que va excedir l'àmbit de l'empresa i es va posar en marxa en una sèrie de prescripcions, noves polítiques públiques i agendes abocades a tot el camp de la societat (Du Gay, 1996/2003, pàg. 251).

El sociòleg Paul du Gay (1996/2003) ha estat un dels referents en l'anàlisi crítica de la promoció de l'emprenedoria com a fórmula neoliberal de reconversió de les polítiques d'estat. Aquest autor va prendre com a cas d'estudi les reformes en la política pública del Regne Unit durant la dècada de 1980. Durant aquest període, el Partit Conservador va presentar un programa radical de reformes que es va definir com un intent de transformar el Regne Unit en una «**cultura d'empresa**».

D'acord amb Du Gay, l'emprenedoria es va convertir en un «discurs mestre» que es va infiltrar en aspectes aparentment no relacionats amb l'activitat econòmica de la vida social, de maneres aparentment atzaroses o no relacionades. Els subsidis públics per a l'activitat emprenedora es van establir durant el govern de Thatcher i van continuar durant el període Blair a través de l'assignació de recursos per a les universitats, que havien de promoure l'emprenedoria a través del disseny de currículum acadèmic explícitament dissenyat per a aquest fi. Aquesta assimilació general de la ideologia de l'empresa i l'emprenedoria va aparèixer com: 1) una visió optimista de les oportunitats per a la millora individual, 2) una creença que els beneficis empresarials i uns amplis diferencials d'ingressos eren factors que beneficien la societat en general, i 3) una concepció que les prestacions socials fomentaven actituds anti-emprenedores de «dependència».

La promoció de la cultura de l'empresa, tal com va ser practicada pel govern de Margaret Thatcher, va suposar un atac a la «política de la compassió» amb les classes populars i els sectors de la població més desfavorits. Com relata Peter Armstrong a *Critique of Entrepreneurship* (2005), aquest nou discurs va fomentar la creença que els beneficis i les rendes altes eren necessaris per a induir els subjectes a exercir la iniciativa individual i a assumir riscos amb la promesa de ser recompensats per fer-ho. Per contra, es va induir un discurs subtil en què la pobresa era vista com la conseqüència d'un fracàs de la iniciativa i de la responsabilitat individual. Això és el que Armstrong i Du Gay van identificar com un projecte polític governamental de reconstrucció de la relació entre ciutadà i estat que va fomentar el pas d'una «**cultura de la dependència**» cap a una «**cultura de l'emprenedoria**».

Amb aquest apunt introduïm un dels nostres primers arguments crítics, que consisteix a recalcar que l'emprenedoria no pot ser concebuda com una mera organització tècnica del treball. Com destaca Armstrong (2005), l'emprenedoria ha estat un projecte polític i ideològic que ha de ser analitzat en termes de les seves conseqüències en el marc de l'economia política. La concepció de l'individu com un «**empresari del jo**», com expressa la mítica frase de Paul du Gay (1996/2003), ha estat arrelada fermament a la base dels programes contemporanis de reforma organitzacional, de l'administració pública i a les polítiques d'activació d'ocupació.

2.3. Capitalisme cognitiu: el coneixement i la creativitat com a nous recursos econòmics

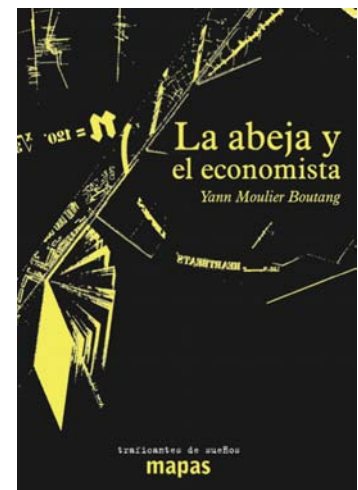
2.3.1. Què tenen a veure les abelles amb la nova economia?

Abelles. Encara que resulti estrany, aquests petits insectes ens permetran introduir algunes nocions bàsiques sobre la perspectiva del capitalisme cognitiu. Yann Moulier Boutang, un dels autors de referència en aquest camp, ha utilitzat la metàfora de l'abella i la pol·linització per a donar compte de les noves formes de generació de riquesa i d'explotació que acompanyen l'arribada de les tecnologies de la informació, els mitjans digitals i les finances.

Què fan les abelles? Principalment, produir mel. «L'eixam de les abelles és una fàbrica viva» (Boutang, 2012, pàg. 137) que produeix mel, pol·len i cera. Però cal no oblidar una altra tasca infatigable que fan aquests insectes, ens diu Boutang: la **pol·linització**. És a dir, «el transport durant la seva recol·lecció de pol·len de les cèl·lules reproductives d'unes plantes a altres» (Boutang, 2012, pàg. 137). Aquesta operació realitzada per les abelles és fonamental al cicle de la natura, «és una condició primordial per a la reproducció del que és viu [...] produeixen mel però també biosfera, vida» (Boutang, 2012, pàg. 137).

Si pensem en les abelles com a treballadores, quina és la tasca que fan i quina riquesa generen? A més de la fabricació directa de mel, els seus desplaçaments constants són **contribucions** que, encara que invisibles en els termes clàssics de producció, generen un valor important. La pol·linització exerceix un paper fonamental en el 80% de la producció de fruites i llegums (i, de fet, per destacar el valor econòmic d'aquesta pol·linització, Boutang assenyala que el guany de la producció d'aquestes fruites i llegums és 350 vegades més gran que el producte mercantil anual de la mel).

Fem una pregunta paròdica per entendre què ens pot aportar la metàfora d'aquests insectes en l'anàlisi de la nova economia de la informació: qui explota les abelles? Pensem en un ós que descobreix els eixams i en devora tota



Portada del llibre de Y. Moulier-Boutang (2012). *La abeja y el economista*. Madrid: Traficantes de Sueños

la mel. Si prenem les abelles com a imatge dels éssers humans, ens diu Boutang, l'ós és el capitalista absolut, el succionador de la plusvàlua o riquesa absoluta que generen aquests insectes. L'apicultor, en canvi, genera una plusvàlua relativa. Seguint amb la metàfora respecte als humans, podem pensar en l'apicultor com un ocupador: permet que l'abella es reproduïxi, li deixa el necessari per a la seva reproducció i s'apropia l'excedent. Com a bon amo d'empresa, aquest apicultor fa servir astúcies per a fer que el rusc produeixi més (Boutang, 2012, pàg. 138).

I la pol·linització, hi ha algú que exploti la pol·linització? Per parlar d'això tornem als humans i vegem què significa en el nostre cas pol·linitzar. Boutang planteja que el model econòmic més eficient en les formes actuals d'explotació es basa en un secret anomenat Google (Boutang, 2012, pàg. 160). El secret econòmic de Google no descansa en les formes d'explotació i apropiació del capitalista absolut que és l'ós, ni de l'apicultor-ocupador, sinó que descansa en el secret de l'algorisme i en la gratuïtat, «en la invenció d'una prestació gratuïta» dels serveis de Google que, gràcies als algorismes, fa que els seus usuaris esdevinguin proveïdors d'informació que posteriorment serà venuda a altres actors econòmics.

En aquest sentit, Google és un model econòmic basat en l'explotació de la pol·linització:

«Google funciona com a model perquè al costat de les dinou mil persones que treballen a Mountain View, la seu californiana de la societat, hi ha els quinze milions de persones que fan clic per segon i treballen sense ser els seus empleats. Ningú podia haver imaginat que en utilitzar els serveis del motor de cerca, quinze milions de persones treballarien gratuïtament per a ell. Persones que produeixen informació, que produeixen xarxa, la creació d'una xarxa que té un cost. Els publicistes saben el que costa comprar el producte xarxa actualment! El valor d'aquesta activitat de fabricació de xarxa es pot comparar al del treball de pol·linització de les abelles [...]. Google aconsegueix extreure un benefici de la pol·linització humana» (Boutang, 2012, pàg. 160-161).

Aquest exemple permet introduir tres idees que seran fonamentals per al nostre abordatge posterior entorn de la perspectiva del capitalisme cognitiu.

1) Observem una ruptura amb l'antic model capitalista i una transformació de l'ús de la **força de treball** –la producció de mel–, que pot ser apropiable per l'ós capitalista o per l'ocupador. D'acord amb Boutang, en aquesta nova lògica del capitalisme observem un desplaçament de la força de treball directa cap a allò intangible o immaterial. Com desenvoluparem a continuació, allò immaterial pretén visibilitzar la importància econòmica que cobren les relacions socials, les pràctiques de cooperació, la producció de continguts i de símbols, gestos quotidians com els dels usuaris de Google o els moviments dels subjectes que, com les abelles, fan moure i intercanvien informació.

2) La metàfora de la pol·linització ens permet destacar una nova forma de generació de riquesa que no adopta les formes clàssiques del treball i de la producció. Si fabricar mel respon a una economia productiva, la pol·linització il·lustra el que Boutang denomina «una **economia contributiva** de producció

de coneixement i de vida en general» (Boutang, 2012, pàg. 215). Els usuaris de Google no estan treballant ni produint en un sentit clàssic, però formen part d'un nou cicle econòmic de generació de riquesa del qual són pilars sobre la base de les seves contribucions.

3) Com veurem a continuació, és important mantenir a l'horitzó la segona part de la frase de Boutang: una economia contributiva, on la **producció de vida en general** té un paper crucial. La contribució –és a dir, la generació de riquesa– que fan els usuaris de Google no s'emmarca ni en els espais ni en els temps tradicionals de la jornada laboral. Aquesta producció immaterial s'insereix en l'àmbit de la vida en un sentit ampli, en la cooperació i coordinació humana, en els moments d'aprenentatge i de relació.

2.3.2. Crisi industrial: del capital físic al capital creatiu

Abans de donar pas a la presentació dels conceptes plantejats per la perspectiva del **capitalisme cognitiu**, cal situar alguns referents històrics que permetin contextualitzar els debats que desenvoluparem posteriorment. Per fer-ho, donarem compte de la **crisi de les economies industrials** que té lloc a partir de finals de la dècada de 1960 als països del bloc capitalista. Com veurem a continuació, aquesta crisi va implicar una transformació de les formes de producció capitalista, que va passar de la seva base industrial a una importància creixent del coneixement i la innovació, les tecnologies de la informació i la comunicació i la financerització de les economies.

Nombrosos autors han donat compte dels factors que desencadenen la crisi del capitalisme industrial. Aquí recollim la síntesi del sociòleg Isidro López i l'historiador Emmanuel Rodríguez al seu llibre *Fin de ciclo* (2010, pàg. 29-32) i del geògraf marxista David Harvey (1989, 2005). Aquest canvi té lloc a partir de la crisi dels estats del benestar a la dècada de 1970, passat l'auge econòmic de la postguerra i amb la recessió que acompanyarà la crisi del petroli de 1973. Aquests esdeveniments, acompanyats dels episodis polítics del Maig del 68, tindran com a resultat una crisi per la banda de la producció i una crisi per la banda de la societat del capitalisme industrial.

Per la banda de la producció, aquesta crisi va estar marcada per diversos factors:

- 1) La creixent desindustrialització de les ciutats europees i nord-americanes (la desaparició de les indústries locals) i el procés de deslocalització de les fàbriques;
- 2) La transformació dels mercats mundials a causa de l'aparició de nous competidors al bloc asiàtic, com hem vist a la introducció al model toyotista;

3) La irrupció i progressiva centralitat de les noves tecnologies de la informació i de la comunicació; i

4) La consolidació de la innovació com a màxima competitiva entre Àsia, els Estats Units i Europa com a conseqüència del procés de globalització de l'economia.

De l'aspecte social i cultural en parlarem a l'apartat següent. De moment, resumirem amb Marazzi que, en l'encreuament d'aquesta crisi a dues bandes, apareix un nou paradigma productiu:

«Durant la crisi econòmica i política de la dècada de 1970 [...] s'enfonsen els models productius i organitzatius, però també socials i culturals, que es trobaven a la base del fordisme. La miniaturització de les empreses, la "frugalitat tecnològica", evocada originalment pels primers moviments ecologistes ("el petit és bell") de la segona meitat de la dècada de 1970, l'organització d'un treball amb un contingut intel·lectual més elevat i la "fugida" del treball assalariat per a tota la vida contribuiran progressivament a la construcció del nou paradigma productiu i al nou model de desenvolupament» (Marazzi, 2003, pàg. 17).

Comparació de l'antic treball de cadena industrial amb l'actual de la societat de la informació



El primer que ens assenyalava aquesta perspectiva és un canvi en la noció de *desenvolupament econòmic* i els seus referents de mesura. Prenguem com a exemple les declaracions del Parlament Europeu i del Consell relatives a l'Any Europeu de la Creativitat i la Innovació 2009. A través d'aquest document podem observar un desplaçament que, progressivament, deixarà en segon pla les nocions materialistes del capital físic lligat als recursos naturals i industrials, i al seu lloc començarà a situar el coneixement i la creativitat al centre de l'economia:

«Europa ha de reforçar les seves capacitats de creativitat i innovació per raons socials i econòmiques, a fi de fer front eficaçment al desenvolupament de la societat de la informació. La capacitat d'innovació es troba estretament relacionada amb la creativitat com a característica personal i, perquè pugui aprofitar-se a fons, ha de tenir una àmplia difusió entre la població. Això requereix un enfocament basat en l'aprenentatge permanent [que] ha de començar a l'edat preescolar i seguir més enllà de la jubilació. [Es planteja promoure la creativitat] com a motor de la innovació i com a factor clau del desenvolupament de les competències personals, laborals, empresarials i socials de tots els individus a la societat, així com del seu benestar social» (Comissió de les Comunitats Europees, 2008).

Entre els factors que poden contribuir a la promoció de la creativitat i la innovació, el document assenyala que cal

«estimular la sensibilitat estètica, el desenvolupament emocional, el pensament creatiu i la intuïció a tots els nens des de les etapes més primerenques de desenvolupament, inclosa l'atenció preescolar [...] augmentar la sensibilització sobre la importància de la creativitat, la innovació i l'esperit emprenedor tant per al desenvolupament personal com per al creixement econòmic i l'ocupació, i fomentar l'esperit emprenedor, especialment entre els joves, mitjançant la cooperació amb el món de l'empresa» (Comissió de les Comunitats Europees, 2008).



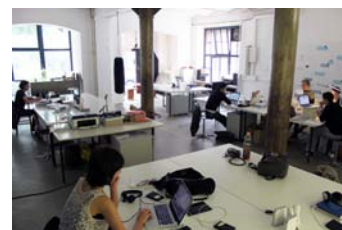
Cartell de promoció d'una ciutat creativa

Aquest exemple permet identificar una transformació d'allò que ha estat concebut en termes de recurs econòmic en diferents moments històrics. D'acord amb George Yúdice (2004, pàg. 28), observem un pas de la centralitat atorgada al **capital físic** fins a la dècada de 1960, la promoció del **capital humà** a la dècada de 1980 i del **capital social** a la de 1990, fins a arribar als discursos actuals que promouen el **capital cultural i creatiu** com a nous motors de l'economia. A partir de la dècada de 1990 poderoses institucions com la Unió Europea, el Banc Mundial, el Banc Interamericà de Desenvolupament i reconegudes fundacions internacionals comencen a assenyalar que la creativitat pot constituir una esfera crucial per a la inversió econòmica. Des de llavors, el paper de la creativitat i la innovació ha esclatat i s'ha expandit a l'àmbit polític i econòmic.

2.3.3. Capitalisme cognitiu

Algunes de les fórmules més comunes per a identificar la transformació que hem tractat a l'apartat anterior s'han expressat en els termes *societat de la informació*, *societat del coneixement* o *new economy*. Amb tot, diversos analistes han assenyalat que la neutralitat de termes com aquests oculta la dimensió conflictiva i contradictòria que aquest nou sistema econòmic comporta. Entre ells, en aquest apartat introduïrem una sèrie d'autors que han plantejat una anàlisi alternativa a partir del paradigma del **capitalisme cognitiu**.

A partir de la dècada de 1990, diverses autores i autors provinents d'Itàlia i de França i lligats a la revista francesa *Multitudes* –com el filòsof Antonio Negri, el filòsof i sociòleg Maurizio Lazzarato i els economistes Antonella Corsani, Yann Moulier Boutang, Andrea Fumagalli i Christian Marazzi– comencen a publicar una sèrie de treballs en els quals desenvolupen una anàlisi crítica d'aquesta mutació en l'economia, que van identificar amb el nom de **capitalisme cognitiu**. Per contrarestar la neutralitat o optimisme d'altres termes lligats a l'economia del coneixement, aquest concepte és plantejat deliberadament per a posar en relleu una transició a l'interior del capitalisme, i més específicament, una transició que suposa una metamorfosi del règim salarial (Boutang, 2004, pàg. 108).



Persones treballant amb ordinadors en un espai de "coworking" (cotreball)

Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Coworking_Space_in_Berlin.jpg (CC by-sa, per Deskmag)

La perspectiva del **capitalisme cognitiu** posa en evidència una nova «valorització de les capacitats cognitives i relacionals dels individus», un mecanisme d'acumulació que cada vegada pivota més sobre les facultats humanes, «d'una banda, la capacitat d'aprendre i desenvolupar coneixement, i de l'altra, la capacitat de comunicació i relació a través del llenguatge» (Fumagalli, 2010, pàg. 27). D'acord amb Lazzarato (1996), aquesta mutació comporta una nova cadena productiva travessada per un conjunt de mediacions socials: l'aplicació creixent de les capacitats intel·lectuals i lingüístiques, les tecnologies de la informació i la comunicació, les pràctiques de cooperació i els afectes.

A continuació detallem quins són aquests desplaçaments que el capitalisme cognitiu introdueix en relació amb les formes prèvies de producció industrial.

1) **La metròpoli és la nova fàbrica.** En el seu text *La Metròpolis y la Multitud*, Toni Negri (2005) assenyala que en afeblir-se el sistema de fàbriques, la ciutat en conjunt es converteix en la nova fàbrica. És per això que els discursos que promouen la innovació no es limiten a fomentar empreses innovadores, sinó que la societat en conjunt ha d'assumir aquesta innovació com a senyal d'identitat. Trobem un exemple d'aquest imperatiu a l'actual promoció del model de **ciutat creativa** i al de la **smart city**. Sota aquests models, indicadors de creativitat, diversitat i innovació, tant del paisatge urbà com dels ciutadans, es converteixen en factors de desenvolupament econòmic. La vitalitat dels espais públics, el patrimoni, la memòria històrica, les tradicions, les pràctiques culturals dels habitants d'una ciutat i les seves formes de vida apareixen com a nous valors en el marc de l'economia creativa.

2) **Desbordament de la producció més enllà de l'àmbit de l'empresa.** Com hem introduït a partir de la noció de *pol·linització* i el cas de Google, observem un desplaçament de la producció més enllà dels murs de les empreses i fàbriques que s'estén a tot el camp de la societat. Les tecnologies digitals han obert una nova perspectiva per a la producció posant a treballar les qualitats més comunes –més públiques i «informals»– de la força de treball, és a dir, el llenguatge i l'acció comunicativorelacional. D'acord amb Fumagalli (2010, pàg. 85-86), els models de treball en xarxa, els laboratoris de recerca i els processos d'externalització (*outsourcing*) posen en evidència que l'organització de la producció «tendeix cada vegada més a superar els límits de les empreses i a convertir-se en producció social».



Fab lab (acrònim de l'àngles *Fabrication Laboratory*)

Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Donnonkin_Fab_lab_en_Bermeo.jpg (CC by-sa, per hj_barraza)

3) **Dissolució de les fronteres entre treball i no-treball.** Aquest desplaçament de la producció cap al camp social té conseqüències importants per a la delimitació de què compta com a treball i, en aquest sentit, com s'haurien de retribuir les tasques que comporten una producció de benefici econòmic. Aquí és il·lustratiu l'exemple que Tiziana Terranova (2000) aporta a l'anàlisi del **treball gratuït** en el marc de la indústria digital. A principis de 1999, set dels quinze mil «voluntaris» de l'empresa America Online (AOL, Inc) van demanar al Departament de Treball que investigués si AOL els havia de pagar salaris endarrerits pels anys en els quals havien participat com a dinamitzadors dels xats d'aquesta empresa (*chathost*) de manera gratuïta. Solien treballar durant moltes hores i en gaudien, però ara començaven a patir el treball extenuant d'aquesta indústria. Amb aquesta anècdota Terranova obre un debat entorn d'«una frontera cada vegada més borrosa entre la producció i el consum, entre el treball i l'expressió cultural» (2000, pàg. 34). Del seu exemple ens és important destacar que en el marc de les pràctiques d'innovació i creació, amb freqüència les corporacions es poden beneficiar de grans quantitats de treball gratuït en la mesura en què aquesta producció cultural no és concebuda com a treball, sinó com una tasca duta a terme per plaer propi o expressió, o emparada pels discursos de l'autorealització, tan promoguda en la figura de l'emprenedor.

Observem un encavalcament de les fronteres entre temps d'oci i temps de descans. El discurs de l'emprenedoria ha aconseguit ser atractiu davant de la rutina del treball assalariat a partir de la reivindicació d'un treball creatiu i excitant, que és fet pel plaer de l'experimentació i l'autorealització. Amb tot, allò que l'exemple de Tiziana Terranova posa en evidència és que lluny d'afavorir la superació de l'explotació i alienació industrial, el capitalisme cognitiu comporta formes d'explotació de proporcions més grans (Fumagalli, 2010, pàg. 28). Aquestes noves formes d'alienació ja no tenen a veure amb la dicotomia entre temps de treball i temps lliure, sinó amb la totalitat de l'**existència dels individus posada a treballar**.

4) **Crisi de la relació treball-valor.** Relacionat amb el punt anterior, trobem una crisi dels paràmetres tradicionals per a mesurar el valor del treball. En el marc del paradigma industrial, la mesura material de la producció estava definida pel contingut de treball necessari per a produir una mercaderia, que es mesurava sobre la base de la tangibilitat de la seva producció i el temps necessari. Aquí podem considerar novament l'exemple de l'abella: mentre que la mel és un producte tangible el valor del qual es pot mesurar en termes de la seva quantitat, qualitat, el temps, mà d'obra i recursos necessaris per a produir-la, el valor de la pol·linització, en canvi, és difícil de mesurar. El mateix podríem plantejar en relació amb els usuaris de Google o els moderadors als xats d'AOL: com s'ha de remunerar el seu treball i el valor que produeix?

D'acord amb Fumagalli i altres, amb l'arribada del capitalisme cognitiu, «el valor de l'immaterial es converteix en valor del coneixement, dels afectes i de les relacions, de l'imaginari i del simbòlic» (2009, pàg. 151). Amb això es genera



Empreses com ara Google han transformat les seves oficines en espais d'esbargiment i creativitat amb l'objectiu d'augmentar la productivitat dels treballadors.

una crisi de les formes de mesura tradicionals del valor-treball i del concepte de *guany*. Això implica que hi hagi una sèrie de tasques en el marc del capitalisme cognitiu que, encara que generen valor, no siguin remunerades. En aquest àmbit es localitzen totes aquelles tasques que produeix un bé immaterial, com ara un servei, un producte cultural, coneixement o comunicació, les tasques de cures o de formació. Igual que els béns materials, tots aquests béns immaterials requereixen un treball continu de sosteniment, intercanvi d'informació i coneixements, però només els seus productes finals són retribuïts.

Pensem en els processos amplis i distribuïts de preparació, formació i creació que han de posar en marxa els treballadors del sector creatiu. Sovint aquests treballs creatius no requereixen elaboració de matèria primera, sinó un treball amb continguts, informació i símbols, i a causa d'això, aquestes franges de treball romanen invisibilitzades. Aquests processos, que anteriorment eren sostinguts per estructures salarials estables, avui han de ser sufragats pels mateixos subjectes en condicions d'autoocupació.

2.3.4. Del talent individual a les ecologies de la cooperació

Igual que les discussions que hem introduït, la perspectiva del capitalisme cognitiu permet fer dos apunts que són crucials en el marc d'una crítica a l'emprenedoria. En primer lloc ens condueix a un desplaçament de la concepció clàssica de l'**individu emprenedor** cap a la visibilització de la producció en comú. Això es deriva del reconeixement que recursos com el coneixement, la informació, els afectes i les relacions són produïts en el marc de relacions d'intercanvi i **cooperació**. Una vegada més, la metàfora de Boutang respecte a la pol·linització és útil en aquest sentit:

«L'abella pol·linitza però en la pol·linització és absurd atribuir un paper a una abella aïllada. Si la pol·linització es produeix és perquè aquesta operació és repetida per milers d'exemplars, ja que a cada rusc hi ha vint o trenta mil abelles. Si només hi hagués una abella, s'hauria de dir que la pol·linització seria propera a zero» (Boutang, 2012, pàg. 138).

Com veurem a l'apartat següent, la individualització, dins dels discursos de promoció de l'emprenedoria, ha exercit un efecte d'accentuació dins de les condicions de precarietat d'aquests treballadors autònoms. Per això, des d'aquestes perspectives, cal visibilitzar i defensar la producció en comú, és a dir, en el marc de les relacions de cooperació que la fan possible. Això condueix al segon apunt, vinculat a les condicions de possibilitat de la cooperació, és a dir, a les ecologies o territoris que la sostenen.

D'acord amb aquests autors, les grans indústries han engegat diverses estratègies de captura que monopolitzen els beneficis d'aquesta creativitat, que és produïda col·lectivament per subjectes que treballen en condicions de desregulació i precarització laboral. En el cas de les indústries culturals i de l'entreteniment, per exemple, els moviments de la cultura lliure han assenyalat que la propietat intel·lectual s'ha utilitzat com un fals argument que pretén defensar els creadors. Però la realitat, assenjala el moviment per la cultura lliu-

re, és que bona part dels beneficis que es deriven dels drets d'autor queden en mans dels grans monopolis. Aquestes pràctiques despullen el patrimoni comú en monopolitzar-lo, alhora que en bloquegen el desenvolupament futur. És a dir, que aquestes estratègies de captura no solament segresten els fruits de la cooperació, sinó que de fet erosionen els territoris que la fan possible.

Aquest argument ens porta a allunyar-nos de la concepció assumida als discursos de l'emprenedoria que concep l'èxit de la innovació en termes d'un «talent» que rau a l'interior dels subjectes. Reprenent la metàfora de Yann Moulier Boutang, «la producció mitjançant pol·linització humana suposa la instal·lació o preservació dels ruscs» (Boutang, 2012, pàg. 202). Si realment hi ha un interès per fomentar els processos creatius i d'innovació, les estratègies han d'anar dirigides no cap al talent individual, sinó a la generació, cura i sostenibilitat de les ecologies que fan possibles aquests processos de cooperació i innovació.

2.4. Estudis culturals: precarització del treball creatiu, culturització de l'economia

En aquest apartat ens interessa analitzar com l'actual promoció de l'emprenedoria comporta noves formes de govern de la subjectivitat de les i els treballadors que marquen un desplaçament dels valors associats al treball en generacions anteriors. Per fer-ho, primerament analitzarem com els valors del capitalisme industrial comencen a ser qüestionats i identificarem com el **fordisme com a «model cultural»** entra en crisi als països occidentals com a conseqüència del cicle de lluites que s'inicia amb el Maig del 68.

El que diversos autors com Boltanski i Chiapello (2002) assenyalen és que les crítiques contra el treball en sèrie del capitalisme industrial i les reivindicacions d'alliberament, autenticitat i creativitat d'aquests moviments han estat absorbides per les formes actuals del capitalisme de la informació i la comunicació. I simultàniament, transformades sota una ideologia felicitista de l'autoempresarialitat i la flexibilitat laboral que oculta noves formes de precarització.



Exemple de centre de creació: interior de sala de Medialab Prado
Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mediab_Prado.JPG (CC by-sa, per Lpagola)

A la segona part introduïrem la perspectiva dels estudis culturals i la seva anàlisi crítica sobre la figura de l'emprenedor cultural. Des d'aquest camp diversos autors destaquen el paper de l'**artista com a figura paradigmàtica** de les noves formes de govern i explotació en el marc de la nova economia. D'acord amb l'artista i escriptora Marion von Osten (2008), l'artista com a subjecte excepcional –l'inconformista, el bohemí– ha exercit el paper de model als discursos actuals de la Unió Europea al voltant de noves polítiques laborals i socials lligades a l'emprenedoria. En aquests discursos, l'artista condensa els valors neoliberals que s'han posat en marxa lligats al subjecte emprenedor:

un individu autònom, creador d'innovació, la flexibilitat i precarietat laboral del qual es justifica sota l'argument d'una tasca realitzada pel plaer i el desig d'expressió.

2.4.1. Crisi cultural del capitalisme industrial

En aquest apartat reprendrem la **crisi social i cultural** que acompanya la transformació de l'organització laboral fordista. Aquesta crisi cultural ha estat identificada per autors com Boltanski i Chiapello (2002) com una reformulació de l'**esperit del capitalisme**, és a dir, una mutació dels valors morals i justificacions que van emparar les formes de producció d'una època determinada, en aquest cas del capitalisme industrial.

A la dècada de 1960 i inici de 1970 comencen a sorgir una sèrie de crítiques entorn de l'autoritat i l'**alienació del treball serialitzat**. Aquestes crítiques provenen de les mobilitzacions que s'estenen al voltant del Maig del 68, així com del diàleg d'aquests moviments amb alguns àmbits intel·lectuals i acadèmics progressistes.

Els moviments estudiantils, obrers, feministes i ecologistes del final de la dècada de 1960 van posar en dubte el contingut social i democràtic del pacte social, que havia estat la base dels estats democràtics de la postguerra. Aquestes crítiques es dirigien a les formes de vida, els valors i les subjectivitats que havia sustentat el capitalisme industrial. A continuació destaquem els eixos principals entorn dels quals es van enunciar aquestes crítiques:

1) **Crítica a l'autoritat i la serialització industrial**: a la seva anàlisi sobre les noves formes d'explotació de «la personalitat flexible» a la nova economia, Brian Holmes (2002) repassa com els discursos antiautoritaris de la dècada de 1960 van servir en dècades posteriors per a legitimar la desregulació del treball. En aquest text assenyalava el diàleg que s'estableix entre els moviments estudiantils del 68 i els textos que diversos intel·lectuals publiquen durant aquest període. *El hombre unidimensional*, de Herbert Marcuse, es converteix en una referència del moviment estudiantil que recull les crítiques a l'estat autoritari, la disciplina industrial i els mitjans de comunicació; Jean Paul Sartre escriu sobre «l'home serial»; Cornelius Castoriadis desenvolupa una crítica entorn del productivisme industrial i ja des de 1956 l'autor William Whyte comença a prevenir contra els efectes de l'«home organització». Els moviments estudiantils i aquestes perspectives teòriques convergeixen en un rebuig explícit cap als interessos econòmics de la indústria militar durant la Guerra Freda, a la política militarista i al tipus de regimentació i disciplina laboral que produeixen. Aquestes crítiques apunten de manera particular a la condició existencial i psicològica que aquest règim provoca i que es denuncia com la «personalitat autoritària».

2) **Rebuig al treball assalariat i alienant:** un dels eslògans més coneguts del moviment del Maig del 68 és «el rebuig al treball». D'acord amb Michael Hardt (1996, pàg. 2), aquesta frase no s'ha d'entendre com un rebuig a l'activitat creativa o productiva, sinó un rebuig al treball en el marc de les relacions capitalistes de producció. És per això que d'acord amb Carlo Vercellone (1996, pàg. 83) el rebuig al treball s'ha d'entendre en dos sentits: en primer lloc, com una expressió negativa contra l'organització científica del treball del fordisme; en segon lloc, com una oposició generalitzada cap a l'Estat, els partits tradicionals i els sindicats institucionals.



Pintades als murs durant maig del '68 ('Ne travaillez jamais', "No treballar mai")

3) **Exigència d'autenticitat i un retrobament amb la creativitat de la vida quotidiana:** l'autogovern i un desig d'alliberament apareixen com a consignes nodals en el context del Maig del 68. A les reivindicacions dels moviments estudiantils apareix una crítica a l'alienació i explotació del treball massificat. Hi ha una denúncia de la degradació de les maneres de vida associada al desenvolupament del capitalisme industrial i un rebuig al desencantament resultant dels processos de racionalització i mercantilització. Hi ha també una forta demanda d'escolarització que es planteja com a alternativa a una vida de cadena perpètua a la fàbrica (Marazzi, 2003, pàg. 17). Aquesta crisi cultural posa en qüestió els antics valors burocràtics del treball, que es busca suprimir a través de la reivindicació de termes com *espontaneïtat*, *autorealització* i *creativitat*.

El nostre interès a introduir les reivindicacions que marquen la crisi cultural del capitalisme industrial entorn de les reivindicacions del Maig del 68 és posar en relleu com l'actual sistema econòmic s'ha proveït d'aquests imaginaris per a la seva regeneració. Com veurem a continuació, allò que diversos autors dels estudis culturals assenyalen és que els arguments que en dècades anteriors van funcionar com a crítica i reivindicació, actualment han estat absorbits i reconvertits com a atractius socials i estètics sota el paradigma del **capitalisme en xarxa** (Boltanski i Chiapello, 2002).

2.4.2. L'emprenedor cultural com a paradigma del nou subjecte econòmic

A les últimes dècades observem com el paper de la cultura s'ha expandit d'una manera sense precedents a l'àmbit de les polítiques públiques i de l'empresa. George Yúdice (2002, pàg. 14) assenyalava que és freqüent trobar en veu de les administracions públiques o de les obres socials de diverses companyies discursos que reivindiquen el paper de l'art i la cultura com a noves eines d'intervenció que poden millorar les condicions socials de la població. Aquest ha estat el cas de la promoció de les indústries creatives com a nou motor de l'economia, que, com veurem més endavant, van ser promogudes com una via d'inclusió social dels treballadors joves. Segons Yúdice, això ha implicat que es redueixin les despeses estatals i les polítiques socials de redistribució de la riquesa, bo i substituint-les per polítiques d'inversió que són de marcat caràcter econòmic.

D'altra banda, ha esdevingut un argument inqüestionat que la cultura pot estimular el creixement econòmic mitjançant projectes de desenvolupament cultural urbà, acompanyats de museus i altres equipaments la finalitat dels quals és el turisme cultural. A les últimes dècades s'ha consolidat una tendència a escala internacional a promoure i enfortir les indústries culturals, creatives, del patrimoni i del turisme en estreta relació amb plans de regeneració urbana i desenvolupament econòmic. Això és el que ha portat diversos autors provinents de la geografia crítica com Sharon Zukin (1995) i Nigel Thrift (1999) a assenyalar la transició cap a un marcat **gir cultural en l'economia** capitalista dominant.

En el marc d'aquesta transformació, en aquest apartat ens centrarem en les perspectives crítiques que han aportat els **estudis culturals**, en particular des del context britànic, sobre la figura de l'**emprenedor cultural**. Aquestes anàlisis aborden el paper que es va donar a l'emprenedoria durant el govern del Nou Laborisme a partir de la dècada de 1990 al Regne Unit sota una sèrie de polítiques de promoció de les indústries creatives.

A la seva anàlisi de l'emprenedoria en cultura, Jaron Rowan (2010, pàg. 36) dóna compte de com el govern de Tony Blair el 1997 introdueix un canvi de discurs de gran importància en substituir el terme *cultural* pel de *creatiu*, tot inaugurant el que denominarà el foment de les **indústries creatives**. A partir d'aquesta reformulació s'engeguen diversos programes que neixen amb l'objectiu d'estimular la generació de riquesa i ocupació a través de les indústries creatives i d'augmentar l'activitat creativa i excel·lència del Regne Unit. D'acord amb Rowan, allò que és important destacar és que aquestes polítiques van implicar l'economització d'una sèrie de pràctiques i actors que fins ara havien viscut aliats a les dinàmiques de la indústria, perquè les seves formes de manteniment estaven lligades a «ajudes de l'Estat o depenien d'organismes de cultura, o simplement perquè mai no s'havien considerat agents econòmics» (Rowan, 2010, pàg. 39).

El que aquí observem és que aquesta identificació dels treballadors o creadors culturals com a emprenedors de cap manera va sorgir d'una manera espontània o triada. A partir d'aquestes polítiques, una sèrie de productors independents, microempreses i treballadors autònoms van haver d'aprendre a identificar els mecanismes del mercat i operar dins de marc econòmic. D'acord amb Rowan, és en aquest marc que des de la política pública es començarà a parlar d'un nou model de treballador cridat a substituir les categories laborals que havien operat fins llavors.

«La figura de l'artista, del programador, del dissenyador o del músic es transmutarà en entrar a operar a les indústries creatives i amb això apareixerà la figura de l'emprenedor cultural» (Rowan, 2010, pàg. 39).

En el marc d'aquestes polítiques, els artistes van ser situats com a **paradigma del nou subjecte econòmic**.



Imatge del Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)

Font: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MACBA_2011.jpg (CC by-sa, per Kim FOR sure)

De forma altament problemàtica, el partit del New Labour va promoure la figura de l'individu creatiu i independent, partint de la base que aquests subjectes eren, o almenys es consideraven a si mateixos, altament individualistes, antiautoritaris i en alguns casos anticorporativistes. Es partia de la base que el decreixement de la dècada de 1980 els havia convençut que la feina per a tota la vida era avui una realitat insoluble i possiblement no desitjada. I que en aquesta mesura, hi havia una voluntat de buscar formes noves de treball que tinguessin al centre valors d'autoexpressió i enriquiment personal (Oakley, 2006).

En aquestes polítiques, l'emprenedoria va agafar un paper clau com a estratègia d'**activació econòmica**, justificant el seu paper com a forma d'inclusió social. I es va començar a advocar per noves formes de treball exemplificades en l'auge d'«una economia cultural progressista i fins i tot alliberadora dels individus autònoms» (Von Osten, 2008, pàg. 83). Amb tot, malgrat els efectes positius que aquest discurs augurava, allò que aquests estudis assenyalen és que aquestes polítiques serien de fet una estratègia deliberada per a descarregar, tant l'Estat com els ocupadors, de les seves obligacions en termes de garanties socials i drets laborals envers els treballadors culturals (McRobbie, 2007).

2.4.3. La normalització de la precarietat emprenedora

A partir d'aquests primers apunts el que ens interessa destacar és com la **mistificació de la figura de l'artista**, que posteriorment s'hauria d'igualar amb la de l'emprenedor, ha funcionat com a estratègia discursiva per a normalitzar les condicions de precarietat de l'ocupació autònoma. D'acord amb Marion von Osten (2008),

«en aquesta mistificació de l'excepció, que defensa el treball de l'artista com a autodeterminat, creatiu i espontani, és en la qual es basen els eslògans dels discursos actuals sobre el treball» (Marion von Osten, 2008, pàg. 84).

1) **Autoprecarització**: aquesta transformació de l'emprenedor com a artista de la seva pròpia vida té efectes importants a l'hora d'invisibilitzar els efectes negatius d'aquesta nova organització econòmica del treball. La primera té a veure amb l'efecte paradoxal que genera aquesta flexibilitat laboral «triada». Una de les millors anàlisis respecte a aquesta precarietat problemàtica que opera entorn del treball que és fet «per plaer» al treball creatiu l'ha fet l'autora Isabel Lorey (2008), provinent dels estudis culturals i la teoria política. Lorey identifica aquest efecte ambigu com una forma de govern que opera a través del que anomena **autoprecarització de si mateix**. Aquesta autora assenyalava que, efectivament, molts dels treballadors creatius han entrat en una situació de flexibilitat laboral i precària per la seva pròpia voluntat:

«Es tracta d'individus instruïts o molt instruïts, en general entre vint-i-cinc i quaranta anys, sense fills o filles, en situació d'ocupació precària de manera més o menys intencionada. Busquen feines temporals, viuen per projectes i cerquen contractes de treball amb diversos clients al mateix temps, o almenys un rere l'altre, en general sense assegurança de malaltia, vacances pagades ni subsidi d'atur; les seves ocupacions no els cobreixen la seguretat social i, per tant, no gaudeixen de cap, o només d'una mínima protecció social. La setmana de quaranta hores de treball és una il·lusió. El temps de treball i el temps lliure no tenen fronteres definides. El treball i l'oci ja no es poden separar. Inverteixen el temps de treball no remunerat a acumular una gran quantitat de saber pel qual no se'ls paga, però que de forma natural s'exigeix i s'utilitza en les situacions de treball remunerat» (Lorey, 2008, pàg. 68).

2) Llibertat de decisió?: el fet que aquestes opcions laborals siguin «volgudes» o «escollides» és el que normalitza situacions d'autoprecarització: els treballadors creatius assumeixen aquestes noves relacions de poder aparentment «per voluntat pròpia». Amb tot, allò que Lorey (2008) assenyala és que aquestes situacions de cap manera no són escollides, sinó que implica condicions de partida que els situen al límit d'una «**obediència anticipada**»:

«Les feines “voluntàries”, és a dir, impagades o escassament pagades a les indústries culturals o acadèmiques, per exemple, s'accepten amb moltíssima freqüència com un fet inamovible, en absolut s'exigeix res diferent. S'assumeix la necessitat de caminar a la cerca d'altres feines precàries, menys creatives, amb la finalitat de finançar la producció cultural pròpia. Aquest finançament forçat, i al mateix temps triat, de la creativitat pròpia, no deixa de donar suport i reproduir precisament aquestes relacions sofertes i de les quals, tanmateix, es vol ser part. Els qui treballen de manera creativa, aquests precaris i precàries que creen i produeixen cultura, són subjectes que poden ser explotats fàcilment, ja que suporten permanentment aquestes condicions de vida i treball perquè creuen en la seva pròpia llibertat i autonomia, per les seves fantasies de realitzar-se. En un context neoliberal són explotables fins a l'extrem que l'Estat sempre els presenta com a figures model» (Lorey, 2008, pàg. 74).

Aquesta «obediència anticipada» ens permet identificar com la interpel·lació a la responsabilitat personal en la figura de l'emprenedor respon a una forma de govern neoliberal que opera com un **govern de si mateix** i d'un **imperatiu d'autoregulació**. La precarietat apareix sota la forma de negociacions personals i modulacions que un mateix ha de fer (Kuster i Tsianos, 2007).

3) La justificació del talent com a substitució de la responsabilitat de l'Estat: La noció d'*èxit personal* agafa força en un context en què les condicions institucionals i organitzacionals de drets laborals han estat desregulades. Així, l'*èxit* passa a situar-se en la lògica del propi esforç. Angela McRobbie assenyala que aquesta dinàmica es reconeix clarament als discursos institucionals que animen a «descobrir el talent en un mateix» i a buscar constantment la creativitat que tots tenim. Aquesta és la base de l'*ethos* de l'anomenada *economia basada en el talent* i implica una «mobilització total de la identitat perquè cada gram de potencialitat es pugui aprofitar econòmicament» (McRobbie, 2007). **El talent opera com un segon factor d'invisibilització i substitueix la responsabilitat de l'Estat.**

D'altra banda, en la mesura en què aquesta situació no està coberta per les antigues polítiques socials, que –encara que limitades– aconseguien regular fins a cert punt la discriminació laboral, tornen a aparèixer patrons antics, elitistes i socialment més excloents. Sobre aquest tema, Kate Oakley (2006, pàg. 262) assenyala com al principi les indústries creatives van ser de fet promogudes



Cartell del MayDay 2003



Joc de taula Precariopoli

Paròdia del joc de taula Monopoli on es visualitzen els circuits de la precarietat laboral creat per a la xarxa europea de moviments contra la precarització. Font: EuroMayDay.

com a estratègies d'inclusió social, atès que hi havia la percepció que «la classe creativa era meritocràtica» i que els contextos de les indústries creatives eren espais oberts, permeables i poc proclius a l'aparició de prejudicis de raça, classe, gènere o sexualitat. Això va conduir a «una fallida esperança que la indústria creativa pogués obrir vies per a la participació de sectors poblacionals tradicionalment exclosos» (Oakley, 2006, pàg. 255). La veritat és que els estudis proven que això no és així.

1) En termes de **classe**, el sector creatiu depèn fortament de **xarxes socials i contactes** que permeten l'accés a determinades ofertes de treball, així com d'una experiència laboral que, sovint, és obtinguda en treballs inicials que no són remunerats (com pràctiques o *internships*). Els processos informals de contractació –a través de contactes, amistosats o xarxes familiars– fan que aquells que no tenen aquest capital social i aquestes relacions se'n vegin exclosos (Oakley, 2006, pàg. 265). I el mateix passa amb els qui no poden assumir períodes de treball sense remuneració. Les estructures formals de treball i ocupació havien aconseguit, a través de processos regulats de contractació, reduir algunes d'aquestes formes d'exclusió.

2) En qüestió de **gènere**, les estadístiques d'Oakley (2006, pàg. 264) evidencien un efecte similar. Per exemple, a la indústria del cinema britànica, encara que les dones constitueixen un terç de la força de treball, la seva presència es concentra en els perfils de menor remuneració i els seus salaris són més baixos que la mitjana dels salaris masculins en franges similars d'edat i ocupació.

3) En termes de **diversitat cultural**, la prova estadística al Regne Unit és similar: només un 4,6% de la força de treball en les indústries creatives prové d'origen ètnic no blanc, en comparació amb el 7% de la població total del país. D'acord amb Oakley (2006, pàg. 263), aquesta xifra resulta encara més problemàtica si es considera que les indústries creatives es concentren a Londres, on una quarta part de la força de treball prové d'un perfil ètnic no blanc.

Malgrat la retòrica tant optimista com progressista que ha acompanyat aquests discursos, les polítiques de desenvolupament dels sectors econòmics basats en el coneixement (serveis financers, ciència i tecnologia, indústries creatives) incrementen i aprofundeixen les desigualtats econòmiques, generen condicions de precarietat per als treballadors autònoms i contribueixen ideològicament a legitimar el desmantellament de drets laborals assolits en generacions passades.

3. Nous drets i noves economies per a l'actual organització del treball

A partir de les tres perspectives crítiques que hem introduït, hem volgut destacar que l'emprenedoria s'ha d'entendre en el marc d'una sèrie de transformacions econòmiques, polítiques i culturals en l'organització del treball que han tingut lloc al llarg de les últimes dècades. A la primera part hem evidenciat un pas de l'organització fordista i el pacte social basat en el salari cap a l'actual flexibilització del sistema productiu, que fomenta l'autoocupació i posa en risc els antics drets lligats al treball.

A la segona part hem ressaltat que, actualment, les lògiques de generació de benefici del capitalisme cognitiu posen al centre l'explotació i captura de béns comuns com són els sabers, l'intercanvi d'informació, les relacions socials i la cooperació. A la tercera part hem donat continuïtat a aquesta discussió i hem aprofundit en els efectes d'una precarització intrínseca a la figura de l'emprenedor. Amb això hem evidenciat el foment d'un «subjecte emprenedor» que ha d'exercir un govern sobre si mateix, desenvolupar aptituds que el converteixin en ocupable i assumir com a propis els riscos d'una economia de mercat.

A partir de les perspectives anteriors, en aquest apartat plantejarem que cal **recuperar el treball** obrint un debat sobre nous drets que atorguin garanties socials en l'actual marc de desregulació del treball flexible. Per fer-ho presentarem l'experiència de diversos col·lectius que en els últims anys han experimentat amb noves formes d'organització que permeten generar espais col·lectius de discussió, assessoria mútua i defensa d'aquests drets laborals. A la segona part assenyalarem que també cal recuperar l'economia, i per fer-ho proposem una reflexió entorn de la remuneració i la propietat en el marc de la producció creativa.

3.1. Somien els emprenedors a fer vaga?

«Treball flexible, és que som invisibles?

Treball immaterial, ai, quin estrès mental!

Treball de jornalera, això és la repera!»

(Cançoneta de Precarias a la Deriva per a la vaga general del 20 de juny de 2002, a Precarias a la Deriva, 2004, pàg. 21).

«El 29 de març els sindicats han convocat una vaga general contra la reforma laboral i les retallades socials. Les vagues generals són l'arma que tenim els treballadors per defensar els nostres drets, però el 29-M hi haurà moltíssima gent que no podrà fer vaga, o que la farà però sentint que no tindrà cap impacte, que no la veurà ningú ni servirà per a res. Com fan vaga els precaris amb por, les qui acaben d'aconseguir una feina, o els qui estan en pràctiques, els qui no cobren, les qui treballen gratis, els qui treballen per a la comunitat, les immigrants sense papers? Com fan vaga els qui treballen des de casa, les treballadores immaterials i creatives, els estudiants, les investigadores, els qui treballen tenint cura d'altres persones? [...] Som les persones més afectades per les retallades i la nova reforma, però ningú no ens ha convidat a la vaga general [...] Som invisibles» (La huelga invisible, 2012).

20 de juny de 2002, dia de vaga general convocada pels sindicats. El col·lectiu de recerca-acció Precarias a la Deriva (2004), format per diverses dones, es reuneix els dies previs per a reflexionar sobre aquesta convocatòria. Veuen urgent problematitzar els límits de la vaga com l'expressió per excel·lència de la lluita laboral. A qui convoca aquesta vaga?, es pregunten. I encara més, qui pot fer vaga?

«A qui s'havia convocat a la vaga? En qui s'havia pensat? Algun mínim interès sindical per la realitat dels precaris, dels immigrants, de les mestresses de casa? Per ventura l'atur aturarà el procés productiu de les treballadores domèstiques, de les traductores, dissenyadores, programadores, de totes les treballadores autònomes la interrupció o no de les quals aquest dia no farà més que duplicar la seva feina de l'endemà?» (Precarias a la Deriva, 2004, pàg. 22).

Les dones que componen aquest col·lectiu provenen de diversos espais i experiències en els quals han anat analitzant les transformacions del món laboral actual. La convocatòria d'una vaga laboral fa evident, assenyalen, que molts dels treballs que avui dia se situen als marges de l'ocupació –treballs invisibles, desregulats, intermitents– no es veuen interromputs ni alterats mitjançant una vaga d'aquest tipus. La vaga laboral ha estat, en diferents moments històrics, un espai aglutinador que ha buscat fer un front col·lectiu de defensa dels drets laborals. Amb tot, emfatitzen les integrants d'aquest col·lectiu, la vaga exerceix un efecte de marginació respecte a «determinades feines cada vegada més esteses i comunament agrupades sota l'etiqueta de *precàries*». Aquesta estratègia de defensa laboral ha fallat a l'hora de concedir atenció a la condició actual del treball precari i flexible:

«Com inventar noves formes de vaga quan la producció es fragmenta i es deslocalitza, quan està organitzada de tal manera que deixar de treballar unes hores (encara que siguin 24) no afecta necessàriament el procés de producció, i quan la nostra posició contractual és tan fràgil que una vaga suposa posar en risc la possibilitat de seguir treballant demà?» (Precarias a la Deriva, 2004, pàg. 21).



Sant Precari

Font: <http://www.euromayday.ch/2004/5303/search> (cc-by-nc-sa, per EMD Milano).

Davant d'aquestes discussions, per al dia de la vaga, el col·lectiu decideix transformar el clàssic «piquet de tancament» en un «**piquet enquesta**». Així, doncs, en aquesta jornada surten a caminar col·lectivament pels carrers de Madrid buscant obrir un espai de conversa amb altres dones entorn de la seva experiència laboral. Dues preguntes es converteixen en el pretext que detona aquestes converses: *Quina és la teva precarietat? Quina és la teva vaga?*

«Vam mirar [...] de pensar en una nova manera de transitar aquest dia de lluita, una manera que servís per a posar-nos en comunicació amb aquestes noves realitats, i vam decidir transformar el clàssic piquet de tancament en un piquet-enquesta. Ens va semblar més interessant, atès el desfasament entre experiència de treball i pràctica de lluita, intentar obrir un espai d'intercanvi amb algunes de les dones que treballaven o consumien durant aquest dia i amb les que circulaven pel carrer. Aquest petit i discret esbós de recerca va ser el punt d'inici del projecte de les derives» (Precarias a la Deriva, 2004, pàg. 22).

L'interès a introduir aquest cas dins de la discussió sobre l'emprenedoria és presentar estratègies i exemples de com diversos col·lectius han fet front a la **individualització** de les condicions de precarietat del treball autònom. Un dels efectes més nocius de l'emprenedoria ha estat responsabilitzar els treballadors autònoms de l'èxit o fracàs de la seva estabilitat laboral i descarregar, així, tant l'Estat com els ocupadors que contracten els seus serveis de la provisió de drets i garanties laborals.

Com a resposta als discursos d'individualització en l'autoocupació, els últims anys han sorgit diverses mobilitzacions i col·lectius que provenen tant dels moviments socials, feministes, migrants, com de diversos àmbits del sector creatiu. La figura de la «treballadora precària» o el «treballador precari» ha estat subvertida i reivindicada per aquests moviments socials com un aglutinador en termes d'un nou subjecte polític, com en el seu moment ho va ser la figura del treballador assalariat o de l'obrer. A partir d'aquest terme, es pretén visibilitzar que cada vegada més persones treballen fora dels marcs regulars de l'ocupació, de manera que les antigues estratègies de vaga o l'esquema organitzatiu dels sindicats són limitats a l'hora de funcionar com a dispositius de defensa dels drets d'aquests treballadors i treballadores autoocupats, intermitents i flexibles.

Aquests col·lectius han iniciat diverses estratègies, espais de trobada i noves eines que posen al centre la construcció de condicions de treball dignes per a les i els treballadors que avui dia no tenen cabuda dins dels esquemes regulars de l'ocupació. En el cas de Precarias a la Deriva, l'exemple que hem seleccionat forma part d'un procés ampli de recerca que es recull al llibre *A la deriva. Por los circuitos de la precariedad femenina* (2004). Algunes de les estratègies que aquesta experiència aporta a la discussió entorn de la precarietat a l'emprenedoria es poden identificar en tres gestos:

1) El treball de **visibilització i enunciació pública** (en aquest cas a través del piquet-enquesta) pretén desplaçar la precarietat de la culpabilitat i responsabilitat individualitzada dels subjectes que la pateixen. I, en canvi, fer d'aquesta



Cartell de la convocatòria MayDay 2004 a Barcelona: "Recuperem el primer de maig", "Contra la precarització de la vida"

precarietat un problema polític: és a dir, un problema que s'emmarca en un context econòmic i social específic de desregularització del treball i de noves formes d'explotació de la mà d'obra intermitent.

2) La generació d'**espais de trobada**. Aquesta visibilització i enunciació pública també permet la generació d'un territori col·lectiu de discussió. Davant de la individualització i els discursos de la competència, el talent i la motivació personal, aquest exemple ens assenjala que cal «produir espais de trobada contra la fragmentació, la flexibilitat i la desesperació».

3) La construcció de **formes d'organització** que permetin construir i sostenir aliances. Això suposa experimentar amb noves formes d'organització col·lectiva (com en el seu moment ho van pretendre ser els sindicats) que prenguin en consideració i tinguin com a punt de partida les condicions del treball flexible i precari, «extreure els noms comuns d'aquesta dispersió de singularitats desconegudes entre si, alienes fins i tot, que componen la nova realitat laboral precaritzada» (2004, pàg. 27).

D'aquests moviments han sorgit noves formes d'organització, com les **oficines precàries** a l'Estat espanyol amb diverses iniciatives afins a ciutats com Berlín, Londres i Viena, els Punti San Precario a Itàlia o la Precarious Workers Brigade a Londres. Aquests espais sorgeixen com a organitzacions autogestionades on diverses treballadores i treballadors precaris comparteixen i donen ajuda mútua, generen sabers, eines i espais de discussió sobre qüestions vinculades a la defensa de drets laborals. Alguns d'aquests espais ofereixen assessorament gratuït sobre temes laborals com ara acomiadaments, salaris no pagats, contractes il·legals, discriminació laboral o hores extres a partir de les experiències i sabers dels seus membres i d'equips jurídics voluntaris.

Portada de la pàgina web Oficina Precaria.org

OFICINA PRECARIA

Contra el paro, la precariedad y sus culpables!

OFICINA PRECARIA ACCIONES ASESORIAS PARTICIPA ALTAVOZ PRECARIO

Dudas legales frecuentes

La Oficina Precaria es un colectivo formado por trabajadoras precarias que defiende los derechos de las trabajadoras por medios jurídicos y a través de la acción colectiva (escrache precario). Entendemos la asesoría jurídica como una forma de colaboración entre trabajadoras, no como una relación vertical entre personas asesoradas y abogadas.

Por eso creemos que es importante que las trabajadoras tengan a su disposición algunos elementos básicos de Derecho Laboral, para que puedan tener una idea general de lo que es legal y lo que no en el trabajo, sin tener que recurrir a una abogada para todo. Este es el objetivo de nuestra Guía Laboral, basada en la Guía de Autodefensa Laboral del sindicato CGT.

1. Me han hecho un contrato temporal. ¿Cómo sé si es correcto?
2. Trabajo en negro, sin contrato. ¿Qué puedo hacer?
3. Trabajo más horas y haciendo un trabajo diferente al de mi contrato. ¿Puedo denunciar?
4. No tengo papeles. ¿Tengo derechos laborales?
5. ¿Qué es un Convenio Colectivo? ¿Cuál se me aplica a mí?
6. Me han despedido. ¿Qué puedo hacer?
7. ¿Qué es el finiquito? ¿Debo firmarlo?
8. ¿Cuáles son los principales plazos para realizar acciones legales en materia laboral?
9. Tengo una beca pero en realidad estoy cubriendo un puesto de trabajo ¿Puedo hacer algo?
10. Creo que soy falso autónomo. ¿Cómo puedo estar seguro? ¿Puedo denunciarlo?

Colabora financiando la Oficina Precaria

AGENDA PRECARIA
CAMINO AL 1º DE MAYO
MUJERES Y PRECARIEDAD
NO MÁS BECAS SIN TRABAJO

Font: <http://oficinaprecaria.org/dudas-legales-frecuentes/> (cc-by-nc-sa, per oficinaprecaria.org).

Des d'aquests espais també es posen en marxa campanyes per a fer pressió i visibilitzar situacions d'irregularitat o abús laboral practicades per empreses específiques. A través d'estratègies lúdiques i creatives, aquests espais han dissenyat materials que de manera concisa i contundent visibilitzen les formes de precarització i autoexplotació a l'autoocupació, alhora que generen contra-discursos que afirmen el dret a demandar condicions justes de remuneració i de treball.

Bust your boss / Atura el teu cap.



Algunes també han sistematitzat guies o eines que aborden problemàtiques puntuals, com és el cas del treball gratuït o remunerat per sota del salari mínim en el cas de les pràctiques i *internships* en l'àmbit del treball creatiu. En el marc d'aquestes estratègies, agafen un pes primordial aquelles accions col·lectives que es mobilitzen per la defensa de condicions de treball dignes, salaris justos i regulacions de les jornades laborals que tenen com a referent un equilibri en termes de benestar i sostenibilitat de la vida de les i els treballadors.

3.2. Recuperar l'economia: sobre propietat i remuneració en la producció creativa

L'octubre de 2009 té lloc la primera edició del Free Culture Forum (FCForum) a Barcelona. La trobada té per objectiu obrir un debat sobre la cultura lliure i l'accés al coneixement. Es planteja que el context digital i l'accés a les noves tecnologies han suposat una transformació radical en les formes de crear coneixement i cultura, i en particular, en les formes d'accedir-hi. D'altra banda, la tecnologia ha facilitat noves formes de reproductibilitat (de vegades a cost zero) i també ha permès que els productes culturals i els continguts circulin i siguin compartits de maneres més àgils i directes –entre creadors i audiències o horitzontalment entre ciutadans– bo i escurçant antics canals d'intermediaris.

Malgrat això, s'assenyala, la indústria de l'entreteniment, els proveïdors de serveis de comunicacions i altres centres de poder continuen basant els seus beneficis en el control dels continguts, és a dir, en el control de les eines i dels canals de distribució, «i presenten aquest enfocament com l'únic model econòmic possible de com una societat digital pot fer front a la cultura» (FCForum, 2010).

Davant el plantejament d'aquesta problemàtica, l'FCForum sorgeix com

«un espai d'elaboració de propostes des de la societat civil per a presentar l'opinió de la ciutadania en el debat sobre la privatització de la creació i la propietat intel·lectual i la seva incidència en l'accés al coneixement i en la creació i distribució de l'art i la cultura» (FCForum, 2009).

La trobada congrega productors culturals i artistes, membres del moviment per la cultura lliure, usuaris i consumidors, advocats, emprenedors, activistes, investigadors i diversos actors provinents de diversos països. La mítica consigna de Richard Stallman, un dels fundadors del moviment pel programari lliure, és fonamental per a delimitar la concepció de cultura lliure de la qual parteix aquesta trobada: «Free as in freedom, not as in free beer» («Lliure com a llibertat, no com a barra lliure de cervesa»). Amb això, la trobada emfatitza explícitament que parlar de cultura lliure no és negar les condicions materials que sostenen aquesta producció, ni tampoc obviar la justa remuneració dels creadors i productors, sinó de fet el contrari.

Implica distingir i abordar tres preguntes centrals – **a)** respecte a les formes de producció, **b)** als recursos necessaris per a produir i **c)** a com garantir l'accés i gestió–, i identificar que cadascuna respon a preocupacions de naturalesa diferent i que no es resolen amb l'actual lògica de propietat intel·lectual. Al *Manual de uso para la creatividad sostenible en la era digital* (FCForum, 2010), aquestes preguntes es recullen de la manera següent:

«Com es pot produir cultura i coneixement a l'era digital?

Com es poden generar temps i recursos per a la producció cultural en la conjuntura actual?

Com es pot garantir l'accés i gestionar els valors generats col·lectivament?».

En fer aquesta distinció es pretén desactivar la perspectiva que els *lobbies* de les indústries del copyright han tendit a presentar, on aquests tres elements es presenten com a sinònims indivisibles –*propietat* com a sinònim de *remuneració* i *sostenibilitat*– enfrontant autors amb audiències.

La primera reflexió que ens permet situar aquest exemple té a veure amb la qüestió de la propietat en el marc de la innovació i la producció creativa. El model liberal clàssic d'explicació econòmica de la creativitat i la innovació ha estat fundat en el paradigma de l'*escassetat* i en la *propietat*. Però en contra d'aquesta concepció, els coneixements, els béns culturals, la cooperació social i la possibilitat tècnica de reproductibilitat a cost zero que atorguen les noves

tecnologies evidencien que aquests no són béns escassos o finits, sinó tot el contrari. Ens posen davant d'un altre paradigma: el de l'**abundància** i de la **propietat comuna**, en tant que són fruit de la cooperació social.

Tipus de llicències Creative Commons



Reconocimiento CC BY

Esta licencia permite a otros distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de su obra, incluso con fines comerciales, siempre que le sea reconocida la autoría de la creación original. Esta es la licencia más servicial de las ofrecidas. Recomendada para una máxima difusión y utilización de los materiales sujetos a la licencia.

[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)



Reconocimiento-CompartirIgual CC BY-SA

Esta licencia permite a otros re-mezclar, modificar y desarrollar sobre tu obra incluso para propósitos comerciales, siempre que te atribuyan el crédito y licencien sus nuevas obras bajo idénticos términos. Esta licencia es a menudo comparada con las licencias de "copyleft" y las de software "open source". Cualquier obra nueva basada en la tuya, lo será bajo la misma licencia, de modo que cualquier obra derivada permitirá también su uso comercial. Esta licencia es la utilizada por Wikipedia y se recomienda para aquellos materiales que puedan beneficiarse de la incorporación de contenido proveniente de Wikipedia u otros proyectos licenciados de la misma forma.

[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)



Reconocimiento-SinObraDerivada CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)



Reconocimiento-NoComercial CC BY-NC

Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, y aunque en sus nuevas creaciones deban reconocerle su autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual CC BY-NC-SA

Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)



Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada CC BY-NC-ND

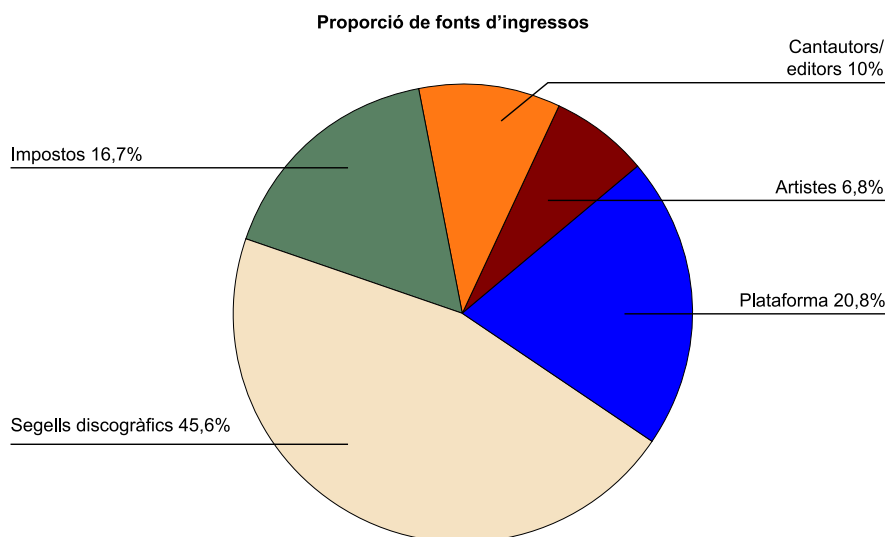
Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente.

[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)

Font: <https://creativecommons.org/licenses/> (CC by, per creativecommons.org).

Això obre una discussió sobre els mecanismes monopolistes o d'imposició de regles d'aprofitament exclusiu que s'exerceix sobre aquesta innovació i producció creativa. Recuperar l'economia, i la riquesa que aquestes tasques creatives generen, implica en primer lloc una discussió sobre el paper que exerceixen diferents mecanismes de tancament o apropiació d'aquests béns que són de domini comú. A partir de l'anàlisi de casos lligats a la cultura és possible visibilitzar quin és el paper que té la legislació sobre propietat intel·lectual i propietat industrial en tant que permet l'apropiativitat empresarial de processos continus i complexos de cooperació i creació.

Per a traçar aquesta discussió és útil l'exemple que ofereix el cas de la música discutit al *Manual de uso para la creatividad sostenible en la era digital* (FCForum, 2010). El model dels monopolis i les grans companyies discogràfiques ha afavorit que bona part dels beneficis derivats dels drets d'autor quedin en mans d'aquests segells discogràfics. Els músics, en canvi, perceben quantitats reduïdes en proporció als guanys generats.



El que observem és com aquests dispositius d'apropiativitat (propietat intel·lectual, drets d'autor, patents) es produeixen únicament sobre els **productes finals** de la producció creativa i de la innovació (en aquest cas àlbums gravats, però també noves tecnologies, programari, béns culturals). Amb això, es retribueix únicament el tram de més valor afegit (el producte), però s'ignora un cicle de treball complex que és molt més extens (el procés) (Rodríguez, 2007, pàg. 205, 208). En el cas de la música, o el d'altres béns culturals, això es refereix als processos d'experimentació, assaig, formació i creació. Com es pot pensar en formes de sostenibilitat, retribució i distribució de beneficis que considerin els trams previs (les ecologies o conques de cooperació) que han fet possible aquests processos de creació?

Tornant al cas de la música, durant els últims anys els músics i els grups han obtingut una gran autonomia respecte a les discogràfiques tradicionals gràcies a les noves tecnologies d'enregistrament i edició, així com a la facilitat de distribució que han permès les xarxes socials, la web 2.0 i el P2P (*peer to peer*, 'xarxes entre iguals').

«En els últims anys ha sorgit una constel·lació de microplataformes discogràfiques que desafien el monopoli i l'autoritat de les grans companyies. Molts grups han decidit autoeditar i produir els seus propis discos, molt sovint triant llicències lliures que afavoreixen la circulació viral de les seves obres. Aquests grups han après que la seva música adquireix valor només quan es mou a través de les xarxes i és apreciada pels diferents usuaris» (FCForum, 2010).

Veient que es posa en perill el seu monopoli, els *lobbies* de la indústria discogràfica han pressionat els governs per promoure la criminalització dels usuaris per la descàrrega de música i altres continguts a internet, fent servir com a argument la defensa dels drets dels artistes, encara que la veritat és que aquest model de negoci és caduc i amb prou feines beneficia tant els músics com les seves audiències. Amb això, s'ha afavorit l'interès dels grans monopolis, ignorant l'existència de nous models empresarials que actualment estan buscant formes de producció i distribució alternatives i econòmicament viables.

En el cas de la música, per exemple, les tecnologies digitals han permès que les bandes i petits segells discogràfics puguin gestionar de manera més autònoma la visibilitat dels seus productes. D'altra banda, és notori un augment considerable en el nombre de festivals, sales de concerts i diversos espais on es toca música en viu. Això ha permès nous canals d'ingrés a través dels beneficis recaptats a les actuacions en directe i els músics han pogut fer gires més llargues que també contribueixen a l'augment de la seva sostenibilitat, i aquesta mateixa visibilitat també ha afavorit la venda de música en línia a preus més assequibles (FCForum, 2010, pàg. 7).

«De vegades les discogràfiques s'han transformat en promotores dedicades a la gestió integral de la imatge i els continguts generats pels grups. En molts altres casos s'han establert petites promotores per a coordinar i donar publicitat als grups que ja no depenen dels segells discogràfics atès que ara poden accedir als mitjans de forma molt més fàcil, ràpida i barata».

Les formes de generació de riquesa en el marc de les indústries creatives i de l'economia del coneixement i la informació han tingut com a paradigma d'explotació la generació de patents i registres de propietat intel·lectual. Com a via alternativa a la privatització del treball creatiu, actualment altres models econòmics dins de la cultura lliure estan experimentant amb noves formes d'organització de la producció, distribució i retribució.

Aquests nous models reconeixen que les formes de generació de riquesa en el marc de l'economia de la informació i el coneixement se sustenten en recursos que són de domini comú, com són els sabers, la creativitat i les pràctiques de cooperació. Advocant per la defensa i preservació d'aquests recursos comuns, aquests models desplacen l'accent dels drets d'autor o patents –de la propietat com a mecanisme de generació de beneficis– cap a altres estratègies de producció, distribució i remuneració que permetin fer sostenibles les ecologies àmplies i distribuïdes en les quals se sostenen aquestes formes de producció creativa.



Segell discogràfic El Rancho

El reconegut segell discogràfic sevillà El Rancho, fundat per la banda Pony Bravo, aglutina diverses bandes; tota la seva producció es troba sota llicències lliures i els àlbums es poden descarregar gratuïtament. Les fonts d'ingrés provenen de la venda de còpies físiques amb un valor agregat al material gràfic –vinils, CD. El 80% dels ingressos prové dels concerts, i El Rancho funciona també com a editorial. Font: <http://www.enelrancho.com/index.php> (CC by-nc-nd, per El Rancho, casa de discos).

Bibliografia

- Ahl, H.; Marlow, S.** (2012). «Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end?». *Organization* (vol. 19, núm. 5, pàg. 543-562).
- Alonso, L.; Fernández, C.** (2013). «Los discursos del management: una perspectiva crítica». *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales* (núm. 28, pàg. 42-69).
- Alonso-Benito, L.; Fernández-Rodríguez, C.** (2011). «La innovación social y el nuevo discurso del management: Limitaciones y alternativas». *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* (vol. 187, núm. 752, pàg. 1133-1145).
- Álvarez-Newman, D.** (2012). «El toyotismo como sistema de flexibilización de la fuerza de trabajo: una mirada desde la construcción de productividad de los sujetos trabajadores de la fábrica japonesa». *Revista de Estudios Transfronterizos* (vol. 12, núm. 2, pàg. 181-201).
- Armstrong, P.** (2005). *Critique of Entrepreneurship. People and Policy*. Nova York: Palgrave Macmillan.
- Boltanski, L.; Chiapello, E.** (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Boutang, Y.** (2004). «Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo». A: Blondeau i altres *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, pàg. 107-128. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Boutang, Y.** (2012). *La abeja y el economista*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Carrizosa, S.** (4 de gener de 2015). «Los emprendedores serán los héroes de la próxima generación». *El País*. Recuperat de: http://economia.elpais.com/economia/2014/12/30/actualidad/1419953210_882613.html
- Casson, M.; Godley, A.** (2005). «Entrepreneurship and Historical Explanation». A: Y. Cassis; I. Pélissier (ed.). *Entrepreneurship in Theory and History* (pàg. 25-60). Nova York: Palgrave Macmillan.
- Comissió de les Comunitats Europees** (2008). «Propuesta de decisión del Parlamento Europeo y del Consejo relativa al Año europeo de la creatividad y la innovación 2009. COM/2008/0159 final - COD 2008/0064». Recuperat de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52008PC0159>
- Du Gay, P.** (1996). «Organización de la identidad: gobierno empresarial y gestión pública». A: S. Hall; P. du Gay (ed.). *Cuestiones de identidad cultural* (pàg. 251-280). Buenos Aires: Amorrortu.
- FCForum** (2009). «X.net presenta: Free Culture Forum 2009». Recuperat de: <http://2009.fcforum.net>
- FCForum** (2010). «Manual de uso para la creatividad sostenible en la era digital». Recuperat de: <http://fcforum.net/sustainable-models-for-creativity/how-to-manual>
- FCForum** (2010b). «Carta para la innovación, la creatividad y el acceso al conocimiento». Recuperat de: <http://fcforum.net/es/charter>
- Fumagalli, A.** (2010). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de la acumulación*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Fumagalli, A. i altres** (2009). *La gran crisis de la economía global. Mercados financieros, luchas sociales y nuevos escenarios políticos*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- González Ortiz, J.** (7 d'abril de 2015). «Autónomos por obligación». *El País*. Recuperat de: http://economia.elpais.com/economia/2015/04/27/actualidad/1430132019_718658.html
- Gibson-Graham, J. K.; Cameron, J.; Healy, S.** (2013). *Take back the economy*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hardt, M.** (1996). «Introduction: Laboratory Italy». A: P. Virno; M. Hardt (ed.). *Radical Thought in Italy: A Potential Politics* (pàg. 1-11). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Harvey, D.** (1989). «From managerialism to entrepreneurialism: the transformation of urban governance in late capitalism». *Geografiska AnnalerB* (núm. 71, pàg. 3-17).

Harvey, D. (2005). «El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura». A: D. Harvey; N. Smith (ed.). *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura* (pàg. 29-57). Barcelona: MACBA / Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Kuster, B.; Tsianos, V. (2007). «Experiences without me o la perturbadora sonrisa de la precariedad». *Creativity hypes, transversal*, vol. 2. Recuperat de: <http://eipcp.net/transversal/0207/tsianoskuster/es>

La huelga de los invisibles (2012). «La huelga de los invisibles». Recuperat de: <https://huelgainvisible.wordpress.com/about/>

Lorey, I. (2008). «Gubernamentalidad y precarización de sí. La normalización de los productores y de las productoras culturales». A: Transform (ed.). *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional* (pàg. 57-78). Madrid: Traficantes de Sueños.

Lazzarato, M. (1996). «Immaterial Labor». A: M. Hardt; P. Virno (ed.). *Radical Thought in Italy: A Potential Politics* (pàg. 133-147). Minneapolis / Londres: University of Minnesota Press.

López, I.; Rodríguez, E. (2010). *Fin de ciclo. Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Marazzi, C. (2003). *El sitio de los calcetines. El giro lingüístico de la economía y sus efectos sobre la política*. Madrid: Akal.

McRobbie, A. (2007). «La "losangelización" de Londres: tres breves olas de microeconomía juvenil de la cultura y la creatividad en Gran Bretaña». *Creativity hypes, transversal*, vol. 1. Recuperat de: <http://transform.eipcp.net/transversal/0207/mcrobbe/es>

Negri, A. (2005). «La metrópolis y la multitud». Recuperat de: <http://argentina.indymedia.org/news/2006/03/382433.php>

Oakley, K. (2006). «Include Us Out - Economic Development and Social Policy in the Creative Industries». *Cultural Trends* (vol. 15, núm. 4, pàg. 255-273).

Precarias a la deriva (2004). *A la deriva por los circuitos de la precariedad femenina*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Rowan, J. (2010). *Emprendizajes en cultura*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

Shane, S.; Venkataraman, S. (2000). «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research». *Academy of Management Review* (vol. 25, núm. 1, pàg. 217-226).

Schumpeter, J. (1947). «The creative response in Economic History». *The Journal of Economic History* (vol. 7, núm. 2, pàg. 149-159).

Schumpeter, J. (1971). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Madrid: Aguilar.

Schumpeter, J. (1982). *The Theory of Economic Development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and business cycle*. New Brunswick: Transaction Publishers.

Schumpeter, J. (1989). *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles and the Evolution of Capitalism*. New Brunswick: Transaction Publishers.

Sgrazutti, J. (2005). «Tiempo libre y disciplinamiento en las clases obreras italiana y alemana de entreguerras. Dopolavoro y Kraft durch Fraude: Un análisis comparativo». *Historia Social, II* (núm. 52, pàg. 109-127).

Tedmanson, D. i altres (2012). «Critical perspectives in entrepreneurial research». *Organization*, núm. 19(5), pàg. 531-541.

Terranova, T. (2000). «Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy». *Social Text* (vol. 18, núm. 63(2), pàg. 33-58).

Thrift, N. (1999). «Capitalism's cultural turn». A: L. Ray; A. Sayer (ed.). *Culture and Economy After the Cultural Turn* (pàg. 135-161). Londres: Sage.

Vercellone, C. (1996). «The Anomaly and Exemplariness of the Italian Welfare State». A: P. Virno; M. Hardt (ed.). *Radical Thought in Italy: A Potential Politics* (pàg. 81-97). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Von Osten, M. (2008). «Salidas incalculables». A: Transform (ed.). *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional* (pàg. 79-100). Madrid: Traficantes de Sueños.

World Bank (2011). *Entrepreneurship Snapshots 2010: Measuring the Impact of the Financial Crisis on New Business Registration*. Recuperat de: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2537>

Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. Cambridge: Blackwell.

