

Entrevista

LIBROS

La cruda realidad de la cultura 2.0

Profesora de universidad y escritora, Remedios Zafra acaba de ganar el Premio Anagrama de Ensayo con 'El entusiasmo', un crudo reflejo de la precaria situación que viven los trabajadores de esta industria.

Por **Lola Fernández** Foto **Alba Yruela**



Su trabajo como observadora crítica del espacio digital y de las mujeres que lo habitan

y su labor como profesora titular en la Universidad de Sevilla han colocado a Remedios Zafra (Zuheros, Córdoba, 1973) en la pista de despegue para *El entusiasmo*. Zafra confiesa que pretende zarramearse, y lo consigue. En el ensayo describe la situación que vivimos las mujeres que trabajamos en las industrias culturales (desde periodistas a doctoradas, pasando por comisarias, artistas, profesoras ayudantes, traductoras

o correctoras editoriales). Su diagnóstico es desolador: deshace el hechizo que convierte a estas profesiones en lugares privilegiados para la realización personal y hasta en el epitome de la exquisitez desvelando la profunda precariedad, la terrible competitividad y una abrumadora feminización que explica su abandono a la miseria. Porque ¿cómo denominar a tantas aspirantes a investigadoras o profesoras que en vez de ser remuneradas por su trabajo han de pagar por difundir las investigaciones con las que contribuyen al

progreso de la ciencia? La autora incluye a las que estamos presas de nuestro entusiasmo creativo, a las estudiantes que vienen detrás y a quienes las seguirán. Zafra explica por qué: solo una alianza movilizadora permitirá la supervivencia del trabajo creativo en condiciones dignas para todas y no solo para unas pocas.

YO DONA. ¿A qué se refiere con ese entusiasmo que titula el libro?

Remedios Zafra Es el hilo conductor, pero no se plantea como un único con-



cepto, sino como dos distintos. Por un lado está el entusiasmo positivo, que tiene que ver con la exaltación derivada de una pasión creativa que nos moviliza, nos emociona, y que relaciono con el entusiasmo sincero de muchos de los que nos dedicamos a la práctica creativa y a la cultura académica. El segundo tiene un sentido más crítico: es la exaltación inducida que deben mostrar los trabajadores culturales. El entusiasta siempre es preferido al crítico o al triste a la hora de optar a los trabajos de mayor calidad y

mejor remunerados, de ahí que surja un entusiasmo impostado que vemos de forma clara en las personas que necesitan competir. Esto lleva a realizar actividades no remuneradas o incluso a pagar por trabajar a cambio de una visibilidad. Todo para conseguir proyectos futuros que no aparecen.

Y cuando llegan no son como habíamos pensado...

Sí, chocamos brutalmente con la realidad. La publicidad vende una imagen idealizada de las profesiones creativas y de lo fácil que es ejercerlas. Esa idea de que si te compras un ordenador ya eres escritora. O de que con unas buenas zapatillas echarás a correr. Este concepto tan estadounidense del éxito apoyado en la voluntad produce muchas frustraciones.

Es sorprendente la proliferación de carísimos *masters* de temática cultural creativa. ¿Dónde trabajarán tantas entusiastas de la cultura?

El mercado se apropia de las industrias culturales bajo el disfraz de la formación o la vocación: propone becas que vas a ganar si antes pagas por ellas, proyectos de investigación que obligan a encadenar actividades por las que también hay que pagar para asegurarse sus méritos (publicar o ir a congresos)... Las industrias culturales están mutando hacia un sistema basado en lograr el mayor beneficio con la menor inversión.

La *gentrificación* de las profesiones creativas es ya una realidad.

Sí, quienes parten de una situación de desventaja se ven imposibilitados para

dedicarse a la cultura y el conocimiento porque no tienen ni dinero ni tiempo para desarrollar los proyectos que conllevan más prestigio, pero que están poco o nada remunerados. Esto habla del mantenimiento de estructuras de desigualdad que siguen pesando mucho y que empujan fuera de las industrias culturales a las personas en función de su género y condición social. Vemos que son hombres pertenecientes a determinados linajes los que ocupan despachos en universidades, museos, periódicos...

¿Qué sensaciones respira en sus clases en la universidad?

En los últimos años me estoy encontrando estudiantes brillantes, personas con más de 30 años que vienen de la arquitectura, la publicidad, el periodismo, el *márketing*... A principio de curso suelo pedirles una historia de vida para situar su idea de sí mismos, sus aspiraciones, y siempre termino muy afectada por las expectativas que las profesiones creativas les generan, porque la realidad con la que luego se topan es muy precaria. No ayuda tampoco que estemos en un momento en el que existen muchísimos productores dispuestos a producir a cambio de algo de visibilidad.

¿Dónde encuentra el sentido para seguir formando a sus estudiantes para lo creativo?

Me parece importante infiltrar la alteridad donde pensamos que las cosas están mal. Además, siento una deuda de agradecimiento por la educación pública. Los que nacimos en los 70 pudimos romper con la inercia de repetir el linaje familiar gracias a la educación pero, como estamos viendo, ese logro es reversible si no seguimos promoviendo la igualdad y nos convertimos en agentes críticos o activos. Este es un punto que procuro enfatizar en mis clases. Somos sujetos con mucha potencia para la transformación. Estudiantes míos que se forman como profesores van a institutos y crean proyectos extraordinarios en sus asignaturas. Otros que salen expulsados de la academia están en contextos periféricos y experimentan con formas de cooperación necesarias. ■

«La publicidad vende una imagen muy idealizada de las profesiones creativas y de lo fácil que es llegar a ejercerlas»