

McRobbie, A. (2002). From holloway to hollywood: Happiness at work in the new cultural economy? En P. du Gay. & M. Pryke (Eds.), *Cultural economy: Cultural analysis and commercial life*. (pp. 97-115). London: SAGE Publications Ltd.

De Holloway a Hollywood: ¿felicidad en el trabajo en la nueva economía cultural?

Angela McRobbie

Tenemos que ver el emprendimiento como la forma de vida laboral capaz de renovar los valores comunes que en otra época estaban respaldados por las carreras profesionales.

J. Gray y F. Flores, «A Wing and a Prayer», *The Guardian*, 16 de mayo de 2000, pág. 17

Introducción: que se escriba ahora un millón de novelas

En este capítulo se analizan las consecuencias del crecimiento del (auto)empleo experimentado últimamente por las industrias creativas y la concurrencia de las nociones de cultura con las de trabajo.¹ El maridaje de cultura y trabajo anuncia una nueva e importante relación. En este contexto específico entendemos por cultura las actividades creativas, expresivas y simbólicas que se desarrollan en los medios de comunicación, en el arte y en las prácticas comunicativas y que demuestran, en este caso, tener potencial como actividades remuneradas. Como se decía en el Documento Recopilatorio (1998) del Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Ciencias (DCMS) del Reino Unido, se trata de un sector que en los últimos años ha crecido de forma espectacular y que además se renueva y se reinventa constantemente para dar respuesta a la cambiante tecnología y al desarrollo de los nuevos medios de comunicación. Así es, en muy poco tiempo –dos o tres años–, hemos visto cambios radicales en campos tan inestables como los mencionados (McRobbie, 2001). Estos campos de la economía cultural en crecimiento están tan profundamente sujetos a los cambios que acaban representando trabajos «de transición permanente». Al implicar actividades en las que se asumen riesgos así

como un alto grado de movilidad de su personal, el trabajo cultural también necesita personas sin ataduras y muy individualizadas. Ni las diferencias generacionales ni el factor de la edad habían desempeñado nunca como ahora papeles tan decisivos en el desarrollo de las carreras profesionales. Tanto es así que uno de los aspectos del tema que aquí se plantea es que hoy los jóvenes se encuentran en un lado de una nueva división entre el viejo trabajo, con personal más envejecido, y el nuevo trabajo, con una fuerza de trabajo más joven. Esta característica es más pronunciada en el ámbito cultural y de los nuevos medios de comunicación, donde se ha producido una inversión del modelo de trabajo burocrático asociado a las profesiones, al sector público y también al trabajo organizado, establecido en el derecho laboral. (Ursell describe este alejamiento del trabajo organizado profesionalmente en el campo de los medios de comunicación como una «ruptura discursiva» [2000: 816]). Allí donde la juventud y el talento –y por supuesto ilimitados recursos de energía– están muy valorados, y allí donde la cultura se abre dando cabida al vasto campo de la industria de la comunicación, incluido el sector del espectáculo, aparecen nuevas y marcadas modalidades de desigualdad. Estas no sustituyen a las antiguas variables «de fondo» constituidas por la clase, el género y la raza, ni siquiera forman parte de ellas, sino que las determinaciones sociales se desestabilizan, se desorganizan y no paran de barajarse como por obra de un inquieto y nervioso jugador de cartas. Los vocabularios sociológicos se fuerzan hasta el límite para abarcar este terreno tan líquido. En los estudios culturales el cambio hacia el trabajo y el empleo surge de un debate más amplio sobre «el cambio cultural» a medida que la sociedad y la economía parecen estar cada vez más enculturizadas, pero el vocabulario que ha de abarcar plenamente el trabajo creativo está todavía en una fase incipiente (véase Du Gay, 1997; Nixon, 1997). Lo que quiero remarcar como parte integrante del actual debate son tres características clave: juventud, trabajo «de transición permanente»; y creatividad, entendida esta como un espacio soberano para hallar «placer en el trabajo» (Donzelot, 1991).

La cultura en el Reino Unido, donde hoy ocupa un lugar crucial para la economía local y nacional, está siendo arrebatada por las grandes empresas de las manos de los pequeños productores culturales, que se ven reducidos a «independientes» subcontratados «dependientes» y convertidos en proveedores de servicios (Leadbeater y Oakley, 1999). Estos pequeños productores no son empleados de empresas sino trabajadores *freelance*, en franquicia o eventuales. Este patrón se repite a medida que las grandes organizaciones intentan prescindir de su costoso personal fijo y contratar en su lugar a personal para proyectos concretos y encargos «únicos». Como ha descrito Ursell (2000), actualmente el trabajo de producción televisiva está realizado en su mayor parte (60% en 1996) por *freelancers*. La demanda de

bienes culturales a una escala que crece sin parar da lugar a nuevas clases de mercados laborales y, por consiguiente, a nuevos tipos de trabajo. Allí donde la cultura como «forma de vida», en el sentido que le daba Raymond Williams, estaba profundamente arraigada en las instituciones y prácticas sociales, ahora, como «forma de ganarse la vida», se va desarraigando cada vez más y desconectándose a toda velocidad de cualquier noción de lo vernáculo en cuanto se perciben sus posibilidades mercantilizadoras. (Véase Naomi Klein [2000] con respecto a cómo grandes empresas como Nike o Gap utilizan «ojeadores de jóvenes» a los que pagan para que descubran las tendencias a base de observar de cerca a amigos y jóvenes de su edad.) Al mismo tiempo lo local sigue haciendo cultura global altamente comercial. (Desde *Trainspotting* hasta *High Fidelity*, desde Roni Size y Reprazent hasta Radiohead.) Cada vez más las prácticas culturales se ven, principal e inmediatamente, como oportunidades comerciales, lo cual elimina el espacio, el tiempo y la justificación de un sector independiente o alternativo. Sin embargo este nuevo protagonismo no elimina para nada las irregulares e inseguras formas de ganarse la vida que se dan en los campos creativos; muy al contrario, las intensifica.

Las oportunidades de empleo que se han abierto con la expansión del sector cultural resultan atractivas para el Gobierno, que contempla el trabajo, y el ideal del pleno empleo, como un medio para mantenerse en el poder y para promocionar (sancionando a quienes incumplan) un tipo de ciudadanía a través del empleo. La cultura y el trabajo son cruciales para la política y, por lo tanto, para el cambio. Como dijo Stuart Hall «el trabajo no se había valorado con tanto fervor y firmeza desde las *workhouse* [En Inglaterra y Gales, lugar donde la gente pobre que no tenía con qué subsistir podía ir a vivir y a trabajar]» (1998, pág. 11). Desde 1997 el trabajo ha constituido un ámbito de incesante actividad gubernamental. Permítanme referirme solo a algunas de estas iniciativas: los programas de *welfare to work* [bienestar mediante el empleo o la inserción productiva], diseñados para que los padres y madres sin pareja dejen de depender de los subsidios y trabajen remuneradamente; el New Deal [conjunto de programas para personas desempleadas en el Reino Unido], para jóvenes poco cualificados; la introducción de un salario mínimo; las recomendaciones para que las mujeres jóvenes no se dediquen a profesiones mal pagadas realizando trabajos que segregan por razón de género, por ejemplo la peluquería; las repetidas llamadas a los empleadores para que las mujeres cobren un salario justo; las nuevas leyes para aliviar el sufrimiento derivado de la insolvencia; el apoyo a los desempleados de más edad para que vuelvan a trabajar; y, para terminar, el menor acceso a los planes de jubilación anticipada. Todo lo mencionado no hace más que confirmar la validez del propio nombre del partido, New Labour. El trabajo ha llegado a significar

mucho más que una simple forma de ganarse la vida; incorpora y ocupa la vida cotidiana. Al exigir nuevos recursos de autoconfianza de la población trabajadora, es como si el trabajo substituyera, e incluso secuestrara, el reino de lo social, reajustando la división entre trabajo y ocio, creando nuevos modelos de autodisciplina, produciendo nuevas formas de identidad. (Por primera vez en la historia reciente las mujeres en su conjunto se están definiendo según su capacidad de ingresos y no según su capacidad de procrear.)

¿A qué me refiero cuando planteo que el trabajo sustituye a «lo social»? Varios aspectos de la vida contemporánea respaldan mi planteamiento. Uno de ellos es la desvalorización del sector público y de los servicios sociales, lo cual fue una característica determinante del Gobierno de la señora Thatcher, pero que hoy persiste. Desde un punto de vista más general, los cambios en la vida familiar y los nuevos modelos de movilidad individual nos alejan de formas de vida más sedentarias y, por consiguiente, más arraigadas socialmente; también se produce la sustitución de la antigua vida laboral, más social, por conexiones y transacciones impersonales; y por otra parte, la emergencia de nuevas jerarquías que priorizan un estilo de vida individualizado y opulento y una cultura consumista en detrimento del compromiso social. Los servicios públicos, y con ellos los servicios sociales, han sido relegados a los márgenes de la vida contemporánea y cada vez más su lugar lo ocupan la competencia, la búsqueda de la promoción personal en el trabajo y, en la esfera del ocio comercializado, las técnicas de automejora. A medida que la autosuficiencia se convierte en una forma de ser, un medio para dirigir al individuo, las ideas de lo social se vacían de contenido. Este es, pues, el contexto de la injerencia del trabajo en todos los rincones de la cotidianidad, incluido el trabajo en casa con horarios «flexibles», el trabajo «sociable» en cafeterías con puntos de conexión para el ordenador y el trabajo móvil desde «no-lugares» indeterminados (Augé, 1995). Se promueve el trabajo como el único medio capaz de garantizar la seguridad personal pero la idea de seguridad social pierde sentido.

También en el ámbito del ocio hay buenas razones para encontrar el sentido de la vida en los ritmos del trabajo. También el ocio se utiliza para extraer valores añadidos que mejoren el desempeño y la recompensa en el puesto de trabajo, de ahí la cultura del «mimarse» a base de tratamientos de belleza, centros rurales de salud y un sinnúmero de tratamientos para tonificar el cuerpo. Esto tiene una especial importancia para el nuevo sector de servicios, que ahora, como demuestran estudios recientes, espera que los trabajadores tengan un aspecto especialmente atractivo y a la moda para lo que califican como «personal estético» (Warhurst *et al.* 2000). Esta

característica tiene una especial importancia para las mujeres, que acceden ahora al mundo laboral, donde esperan permanecer toda su vida. El actual Gobierno británico está practicando lo que Rose (1999, siguiendo a Foucault) describe como «ethopolítica», es decir, «los elementos estéticos... en la preparación del yo», a través de su interés casi microscópico por el comportamiento personal y la imagen corporal, lo cual es del todo evidente en su apoyo a la versión británica de la campaña estadounidense Dress for Success. Mientras que esta última la puso en marcha una organización sin ánimo de lucro para ayudar a mujeres pobres a mejorar sus posibilidades de éxito en las entrevistas de trabajo prestándoles ropa donada por mujeres trabajadoras con más recursos, en el Reino Unido ha sido una entidad de propiedad privada subcontratada por el Gobierno, Reed International, la que ha tomado la iniciativa de dar a las mujeres inscritas en programas de *welfare to work* [política gubernamental en el Reino Unido dirigida a personas desempleadas y subsidiadas por el Gobierno para que busquen y encuentren trabajo] (de los que esta misma empresa se ha encargado) ropa de segunda mano, incluyendo prendas de personas que forman parte de una lista de famosos como por ejemplo Cherie Blair.²

Desde la perspectiva del partido gobernante, el New Labour, el compromiso con el trabajo marca una continuidad, aunque también un alejamiento, respecto a los valores del mercado libre que caracterizaron el anterior gobierno conservador, que toleró altos niveles de desempleo junto con exagerados sueldos para los *yuppies* urbanos. Irónicamente la dinámica clave de «lo social» se mantuvo mientras hubo un considerable número de individuos apuntados a la seguridad social. Pero hoy la nueva ética laboral funciona como un medio ideológico para combatir la exclusión social y se extiende para incorporar sectores marginados de la población. Hacer que la gente trabaje como estrategia de gobierno se convierte también en una definición del gobierno. Para esto hace falta que la gente sea más emprendedora, con independencia de su formación, de sus habilidades o de su experiencia. No se trata de crear empleo engrosando el viejo sector público. Se trata de lograr que la gente quiera desarrollar sus propias capacidades para crear su propio empleo y, como se espera, dé empleo a otras. Pese a la corta vida del episodio «Cool Britannia», el modelo de trabajo creativo (moda, música, nuevos medios de comunicación) es el paradigma de la economía impulsada por el talento, que el Gobierno de Blair apoya y desea ver ampliamente extendido.³ La combinación de juventud, talento y cultura es una mezcla embriagadora que proporciona a Blair una pátina de igualitarismo, sobre todo cuando alguno de los éxitos (por ejemplo Damien Hirst y Tracey Emin) procede de ambientes pobres o desfavorecidos.

Parece que, mediante estos mecanismos, el New Labour esté inventando una meritocracia liderada por jóvenes. Pero en la práctica el paso de las prestaciones sociales al trabajo es más punitivo y la oferta laboral para las personas poco cualificadas está lejos de ser gratificante o creativa. No es que la economía impulsada por el talento tenga una desventaja, es más bien que el concepto de talento se utiliza agresivamente hasta tener un efecto impresionante. Hoy, en el sector cultural la gente de hasta cuarenta años aproximadamente se explota a sí misma por norma trabajando un número de horas al que, legalmente, ningún empleador podría obligar; también se apañan sin la protección que representa la condición de empleado, por ejemplo el seguro en caso de enfermedad; por lo general nadie está afiliado a un sindicato; se espera que contraten planes de pensiones privados (algo que muchos no pueden permitirse); no pueden reclamar prestaciones en los períodos de paro entre dos trabajos o «proyectos»; y además corren de su cuenta los costes que representan el local y el equipamiento laboral. Todo esto con la esperanza de que el talento dé resultados. El trabajo se reorganiza según los parámetros que dicta un salvaje mercado libre promoviendo un talento que se supone que todos tenemos, a la espera de que le saquemos partido. Además incluso se corre el riesgo de desperdiciarlo si no estamos lo bastante atentos a su carácter idiosincrático, caprichoso y ciertamente imprevisible. Es especialmente a los jóvenes a quienes se anima a descubrir el talento personal. Éxito, riqueza y hasta fama y celebridad se suelen presentar hoy como posibilidades para los que estén dispuestos a asumir riesgos y hacer una inversión de muchas horas. Si existe una brecha cada vez mayor entre el viejo trabajo y el nuevo trabajo, los jóvenes están firmemente posicionados en el lado de este último. En este nuevo «entorno de innovación» los jóvenes no pierden las desigualdades de clase, género y etnia (Castells, 1996), y el talento puro (sea lo que sea lo que esto signifique) no triunfa, pero los emergentes modelos de éxito y fracaso son volátiles y todavía no están lo bastante documentados para que podamos hacer algo más que especular sobre los resultados (McRobbie, 2001).

Ahora el ideal del trabajo autoexpresivo está mediado por una nueva retórica de la movilidad y el éxito. A medida que los grupos y las comunidades sociales parece que se dispersen y den paso a biografías más atomizadas, también los caminos individualizados adquieren más resonancia desde una perspectiva cultural. Mientras que en el pasado la idea de salir de la pobreza y convertirse en millonario no pasaba de ser una bonita y popular fantasía, la materia misma de los sueños de Hollywood, hoy, en lo que se ha descrito como la economía de la lotería, caracterizada por el «caos de la recompensa» (Young, 1999), los rasgos sistémicos de

clase, género y etnia, siendo cada vez más inestables, se ven empujados al ámbito político y las ideas populistas y para «sentirse bien» de oportunidad, buena o mala suerte, contingencia de la ocasión y valor del esfuerzo individual se consideran unos indicadores más fiables del logro. Estas ideas laten por todo el tejido cultural, pero al estar tan dispersas y carecer de todo vínculo aparente con un nodo central, su poder y su impacto pasan fácilmente desapercibidos.

Que ahora se escriba un millón de novelas. El magnate de los medios de comunicación Chris Evans empezó su carrera como un alegre lechero; J. K. Rowling era una madre soltera que escribió su primer Harry Potter en los bares de Edimburgo con su bebé durmiendo junto a ella en el cochecito. El interés tanto del Gobierno como de los medios informativos por el «talento» no solo infecta la cultura popular («Posh and Becks») sino que además se convierte en una manera de asegurar los valores comunes. A pesar de que algunos ministros del Gobierno hayan expresado sus reservas sobre la tremenda popularidad de concursos televisivos como «Who wants to be a millionaire?» por fomentar el materialismo y contribuir así a la erosión de los valores de la comunidad, no pasan de ser murmullos. El New Labour hace marca de su propia modernidad cuando reconoce las nuevas oportunidades que la economía impulsada por el talento ofrece a quienes demuestran ser capaces de ingenio, fortaleza y espíritu emprendedor inagotables.

Antes de considerar el puñado de estudios empíricos que han seguido el rastro de algunas de estas carreras en el nuevo sector cultural, será útil reflexionar brevemente acerca del análisis sobre el cambiante mundo laboral hecho por una serie de destacados comentaristas. Aunque no tienen un enfoque explícitamente cultural, hay cuatro libros recientes y de gran influencia –*The Corrosión of Character* [*La corrosión del carácter*] (1998) de Sennett, *Risk Society* [*La sociedad del riesgo*] (1992) y más recientemente *The Brave New World of Work* [*Un nuevo mundo feliz*] (2000) de Beck y *Living on thin air* (1999) de Leadbeater– cuyas perspectivas son diferentes, e incluso opuestas. Estas obras pueden describirse como narraciones de la pérdida (Sennett), narraciones de riesgo y transición (Beck) y narraciones de autoinvención, estrellato y éxito (Leadbeater). El estilo de Sennett es elegíaco, americano y literario; el de Beck es alemán y «documental-realista»; el de Leadbeater es un resbaladizo posmodernismo angloamericano.

Sennett en América

Sennett describe a una serie de trabajadores americanos que han experimentado toda la fuerza de la transición a una economía flexible. Su

razonamiento, que todas estas personas han sufrido una pérdida –una pérdida del yo, una pérdida de carácter– se construye a través de las respectivas narraciones del impacto que han tenido sobre ellos las nuevas condiciones de trabajo. El libro trata de la relación entre el carácter de las personas y el trabajo en el nuevo capitalismo, y basa su crítica en cómo este último afecta al primero.

Los hombres y mujeres sobre los que escribe Sennett no son jóvenes. Aunque son de mediana edad ya se sienten consumidos y agotados. Se han visto expuestos a un conjunto de fuerzas que no han podido controlar; desde la necesidad de mudarse una y otra vez, con el desarraigo que comporta dicha movilidad, hasta verse excluidos de la joven socialización y del trabajo en red debido a su edad y aspecto (una mujer mayor que prueba suerte, a sus años, en el mundo de la publicidad); desde la pérdida de la habilidad y el oficio de hacer pan hasta la usurpación de conocimientos informáticos recién adquiridos a programadores más baratos que viven a miles de kilómetros. Sennett pone al descubierto el lado oscuro de la flexibilidad, cómo unos códigos de información más relajados e informales –por ejemplo el trabajo en red o el trabajo en equipo–, en realidad no solo debilitan los lazos sociales entre las personas en comparación con las formas de trabajo más tradicionales, sino que además son mucho más fáciles de desmantelar. Así es como el trabajo marca el fin de la lealtad con los demás en un lugar de trabajo compartido, el fin de la dependencia, que se sustituye por una mentalidad más desarraigada y autosuficiente. Aquí la interacción social es más fugaz y la persona se protege a sí misma haciendo el papel de la cooperación y el compromiso, cuando de hecho el principal compromiso sigue siendo con los intereses propios. La persona también ha de ser capaz de anticiparse a las tendencias y dar el paso antes de que la empujen. El tiempo sometido a una rutina y el espacio dedicado eran más propicios a la creación de lazos sociales basados en la necesidad y la dependencia mutua, el verdadero tejido de una sociedad digna. En cambio, el neocapitalismo liberal florece estigmatizando la dependencia y deja a los individuos tan a la deriva que estos no saben lo que es sentir que alguien te necesita. Y triunfa al realizar operaciones tan opacas que resultan «ilegibles». Allí donde el anticuado marxismo solía calificar la confusión de los trabajadores considerando su propia condición como «falsa conciencia», ahora la confusión se nos ofrece como un «fiel reflejo de la realidad». ¿Cuántas veces las personas se pueden reinventar a sí mismas? En un mercado donde el ganador se queda con todo, arriesgarse tiene un precio.

Los entornos más estables en el tiempo y el espacio permiten contar narraciones vitales con sentido y sociales. Es preferible tener conflicto y

debate entre personajes completos y acabados que juegos superficiales e imposibilidad de comunicación. Dice Sennett al argumentar contra lo que él describe como la noción posmoderna del yo fragmentado de Salman Rushdie, que hay «poco espacio para entender el desmoronamiento de una carrera si creemos que todas las historias vitales no son más que un ensamblaje de fragmentos» (1998: 133). Sennett concibe las historias vitales individuales como las que se cuentan una y otra vez en un bar o alrededor de la mesa de la cocina, comparables a las narraciones literarias más totales. Lo que esto implica es que la literatura realista tradicional (vienen a la mente las grandes novelas americanas de John Updike, Philip Roth y Saul Bellow, y en la prosa de Sennett resuenan sus ecos) es más capaz de invocar la comprensión de uno mismo que la cultura contemporánea. El fino estilo literario de Sennett, así como el poder persuasivo de su argumentación respecto a un agrandado sentido de la comunidad en la que se valora a la gente por algo más que por su corta vida útil en el nuevo mercado laboral, se entretajan con su propia y singular sociología narrativa.

El libro de Sennett plantea una serie de temas fundamentales. Por ejemplo, ¿qué consecuencias tendrá no solamente el tipo de individualización que describe, sino la hiperindividualización que implica estar en un perpetuo ir de aquí para allá, de *hub* en *hub*, de trabajo en trabajo? ¿Cómo va a existir sentido de comunidad en el lugar de trabajo si no existe tal lugar de trabajo? Si el nuevo capitalismo hace que los modelos de trabajo sean ilegibles, si crea individuos fragmentados incapaces ya de contar una historia completa, y si en el proceso el individuo queda despojado de vínculos sociales, ¿no se volverán más normativas las «no-carreras profesionales» de los «otros» del capitalismo industrial y ahora posindustrial (las mujeres, la población negra, los inmigrantes, los jóvenes)? El trabajo desorganizado replegado ahora bajo la economía impulsada por el talento hace que cada vez un mayor número de personas esté más cerca de las condiciones laborales de los que nunca formaron parte del acuerdo posbélico americano y europeo entre capital y trabajo. Cada vez hay más personas de las que se espera que participen del «trabajo de riesgo», en el que no existe la seguridad a largo plazo, ni la garantía de que se va a «cuidar» de ellas. Pero esto no tiene nada que ver con retrasar el reloj sino con reiniciarlo para adaptarlo a las aceleradas exigencias del capitalismo global de alta tecnología. Lo que en realidad significa una economía impulsada por el talento es un sueño profundamente individualizado de riqueza basado en un tremendo esfuerzo y sin las prestaciones del sistema del bienestar. Entiéndase por «talento» «preocuparse por uno mismo y cuidarse a uno mismo».

Sennett escribe mucho en contra de las tendencias de posestructuralistas y posmodernistas, para quienes la idea de carácter es en sí misma una especie de ficción, un todo mítico que se presenta como ideal y por tanto una especie de punto de referencia, un medio para juzgar la «humanidad» así como la pérdida de la humanidad. El problema de una perspectiva como esta es que, si bien es plausible para las personas a las que el autor se dirige o para aquellas a las que entrevista (y por lo tanto personas representadas por él), es imposible imaginarse cómo podría ser válida para todo un colectivo de personas mucho más jóvenes, para las que trabajar en la nueva economía (cultural) ha sido en cierto modo algo ya diseñado para ellas en los discursos gubernamentales sobre emprendimiento y que no tienen otras experiencias laborales. Por consiguiente, ¿estarán ya «corroídas» de antemano? Quizás se tengan que reformular las preguntas. Si los jóvenes no conocen otra forma de trabajar más que el frenético trabajo en red, la autoexplotación y la maximización del talento y la creatividad como recursos internos, expresiones del yo (es decir, autoexpresión), tal vez entonces sea labor del sociólogo examinar los medios discursivos por los que dichas «cualidades internas» son nuevas maneras de disciplinar, nuevos regímenes de poder aún más efectivos puesto que están relacionados con la libertad y la autorrealización (Du gay, 1996; Rose, 1999). ¿Qué es «ser» creativo? ¿Cómo se percibe y moviliza el talento en tanto que estrategia para el éxito individual?⁴

Beck en Brasil

Como Sennett, Beck (2000) reconoce el crucial papel de la temporalidad y la espacialidad en la experiencia laboral, y dice que el nuevo trabajo se caracteriza por una «desconcentración espacial». Del mismo modo la seguridad temporal del trabajo a jornada completa y para toda la vida está siendo substituida rápidamente por trabajos de corta duración, interrumpidos y a tiempo parcial. Según Beck, el factor clave es el declive de la sociedad del empleo y el consiguiente intento de redistribución, por parte del Gobierno y de los empleadores, repartiendo el trabajo que haya, y de ahí el aumento de los empleos a tiempo parcial. Las fronteras entre lo que es trabajo y lo que no lo es se tornan más líquidas, el trabajo se dispersa según una organización distinta de las «horas», se produce una proliferación de «sitios», y el trabajo experimenta una amplia «desestandarización». Beck se refiere al impacto de esta nueva y delgada dispersión del trabajo, que hará que disminuyan los ingresos y se creen nuevas formas de inseguridad social.

Además, aunque las formas flexibles de subempleo puedan ser convenientes para personas jóvenes con familia, estos cambios también

anuncian la privatización del trabajo y el traspaso de las cargas de salud y seguridad de los grandes empleadores a los que se autoemplean o se semiemplean a sí mismos. El nuevo trabajo es un intento de pasar de una sociedad desempleada a una sociedad subempleada. Y el subempleo se va haciendo cada vez más normativo, va sustituyendo al trabajo tradicional, lográndolo acortando la semana laboral, introduciendo la jubilación anticipada y alargando el tiempo de la educación superior. Lo que retrata Beck es una economía de retales y pluralizada compuesta por una diversidad de trabajos «informales». Con osadía (y una absoluta falta de atención a las complejidades del mercado laboral de América Latina), Beck habla de la brasilización del trabajo (Beck, 2000). Cada vez más personas irrumpen en este mundo del semiempleo, en trabajos de riesgo en los que la responsabilidad social de la vida laboral se descarga sobre el individuo. Así Beck sostiene que, tal como es «la reflexiva modernización de la sociedad del empleo», no solo puede desactivar el explosivo potencial político del desempleo mediante la redistribución del trabajo en una nueva dimensión de espacio y tiempo, sino que también puede obtener todavía más de esta fuerza de trabajo ampliamente dispersa y altamente individualizada, que asume los costes que en el pasado eran responsabilidad del empleador. De este modo, el capital (y el Gobierno) saca más partido de la nueva fuerza laboral gracias a las fuerzas productivas liberadas por el trabajo flexible y a la vez evita las consecuencias políticas del desempleo generalizado. La propia fuerza de trabajo es desmembrada y las ventajas de la flexibilidad, que Beck describe como «libertad y soberanía parciales», sirven para contrarrestar los riesgos del trabajo irregular y la verdadera perspectiva de la pobreza.

Del mismo modo que Sennett describe el trabajo emergente como «ilegible», Beck señala que a medida que las empresas externalizan el trabajo y contratan *freelancers* para que hagan el trabajo en casa, el trabajo diario que lleva a cabo la fuerza de trabajo desaparece de la vista. Pero la pregunta es: ¿nos ofrece Beck algunas perspectivas útiles desde las que analizar las nuevas formas de trabajo creativo en la economía del Reino Unido? Por supuesto Beck no se limita a Alemania, pero implícitamente tiene un gran peso en su análisis. De todas maneras, hay elementos que garantizan una comparación útil: primero, la acumulación de trabajos (o proyectos) realizados por personas, pero cada uno de estos atendiendo a su propio contrato, a su propio plazo de tiempo y ubicación espacial; segundo, la invisibilidad e ilegibilidad de muchos de dichos trabajos; tercero, la aceptabilidad de subempleo en la forma del «tiempo entre trabajos», o sea, trabajo irregular (o, en términos de Hollywood, el tiempo en que los actores no trabajan como «períodos de descanso»); cuarto, la aparente soberanía sobre el trabajo bajo la forma de no estar sujeto a una mesa y a un horario

rígido; quinto, la carga de responsabilidad por el seguro social personal derivado del riesgo de autoempleo; y, finalmente, la reestructuración de la vida familiar y las obligaciones domésticas. Beck reconoce la urgente necesidad de nuevas formas de seguro social, incluida la garantía de un salario mínimo para todos. Pero en *Brave New World of Work* (2000), su defensa del bienestar social le permite mostrar su propio eurocentrismo blandiendo el espectro de la brasilización (como en las ventas callejeras) – por otro lado no investigada y por tanto con una fuerza exclusivamente retórica en este contexto– para alertar y alarmar a los responsables europeos de tomar decisiones sobre empleo acerca de las consecuencias del neoliberalismo en los puestos de trabajo. En última instancia lo que está haciendo es advertirles sobre la tercera mundialización de los mercados laborales emergentes con la esperanza de que tomen medidas para evitar este escenario «de catástrofe». Beck nos ofrece una rica crónica del trabajo tal como es en el proceso de su reorganización. En relación con el actual debate sobre juventud, trabajo «de transición permanente» y actividad creativa como autorrealización, lo más pertinente es el proceso de dicha reorganización en tanto que también es de transición; el trabajo se está distribuyendo según otros parámetros. Lo que en el pasado se podía entender como un *rite de passage*, un trabajo de transición que llevaría a otro más seguro, ahora es una condición más permanente.

Leadbeater en Silicon Valley

El libro de Leadbeater es una narración provocadoramente positiva sobre cómo es el trabajo en la nueva economía, o, en palabras de su autor, «vivir del aire». Estrechamente vinculado al New Labour, Leadbeater también es un incondicional defensor de los valores neoliberales que más agresivamente se persiguen en el contexto de la economía del Reino Unido. Leadbeater no puede calificarse de teórico social ni tampoco de sociólogo; es un periodista y una «persona de ideas» que utiliza un iconoclasta vocabulario americano para apoyar el emprendimiento en el ámbito cultural y en los nuevos medios de comunicación. Las grandes instituciones de la época victoriana, también las laborales, están, según Leadbeater, anticuadas desde que la economía del conocimiento nos sitúa a todos frente a nuevas exigencias. Su perspectiva es angloamericana y su propósito es hacer que el Reino Unido y su actual Gobierno fijen su atención en las lecciones aprendidas en Silicon Valley. Su libro tiene un tono popular y está repleto de frescas propuestas, como cuando dice que «parece que todo el mundo tenga la oportunidad de hacerlo» al hablar sobre la naturaleza meritocrática de la nueva economía del conocimiento. Su método es periodístico, recurre a las anécdotas y las pruebas que presenta proceden de una amplia variedad de fuentes, entre las que están sus propias visitas a nuevos entornos de trabajo. Leadbeater también intenta una ruptura definitiva con las viejas

formas de pensar sobre el trabajo. Para sustituir los antiguos vocablos relativos a lo laboral, como «democracia», «solidaridad», incluso «burocracia», introduce términos como «confianza», «autosuficiencia», «innovación», «creatividad» y «asunción de riesgos». De hecho, los toma prestados de los gurús de la gestión estadounidenses, entre los que se cuenta el desacreditado Tom Peters y varios otros.⁵

Leadbeater nos quiere convertir a todos en emprendedores, una oportunidad que se nos presenta gracias al crecimiento de la economía del conocimiento y al descenso de las manufacturas. Podemos vender lo que tenemos dentro de nuestra cabeza. Entre los ejemplos que nos ofrece están el de la famosa cocinera de televisión Delia Smith, cuyos programas televisivos, libros y otros derivados, incluidos los utensilios de cocina de marca, la han hecho multimillonaria. El éxito de Delia Smith se explica, según Leadbeater, por la combinación de sus «recetas» y su «know how». Aunque no entra en un análisis profundo de la carrera empresarial de Smith, Leadbeater sostiene que esta mujer llena un vacío en los conocimientos de la gente que se debe a la falta de las lecciones que se aprendían «de mamá». Como hoy en día la mayoría de las mujeres salen de casa para trabajar, los rudimentos básicos de la cocina se han convertido en un bien altamente comercializable. Smith es una «empresaria del conocimiento». Leadbeater nos proporciona más ejemplos. Insinúa (equivocadamente) que Alexander McQueen es un «chico sin ninguna educación formal» que, a pesar de ello, «ha llegado a ser uno de los diseñadores de moda más precoz de Europa» (1999, p. 33). (En realidad McQueen hizo un máster en el Central St. Martin's College of Art and Design.) Este tipo de trabajo es más «estimulante» y las oportunidades son enormes: «la nueva economía recompensará a las estrellas y celebridades, a los jugadores y a los emprendedores» (1999, p. 64). Las viejas instituciones que reprimen actitudes como estas deben ser erradicadas, especialmente las grandes instituciones del sector público como las universidades. Tendría que existir más diversidad en la oferta educativa, y esta debería incluir la que nos ofrecen emprendedores de éxito como Rupert Murdoch; el conocimiento tendría que ser más accesible, como es el caso de la Universidad de Phoenix en Estados Unidos (apodada «la universidad del tiroteado»), donde pueden seguirse los cursos por diferentes medios. El modelo de Hollywood es el más deseable por sus «densas redes sociales» y por su infinita capacidad de convertir los fracasos (solo se realizan unas pocas películas de los cientos de guiones que se escriben) en éxitos.

Leadbeater está a favor de la economía impulsada por el talento y considera que es la que encarna el mejor futuro posible para los mercados laborales del Reino Unido. La visión de Leadbeater, que cuenta con todo el apoyo de

Tony Blair (bajo la forma de unas frases de recomendación en la portada del libro), también representa con fuerza la presencia e importancia del pensamiento de la nueva derecha en la visión gubernamental del New Labour.⁶ La meritocracia impulsada por el talento parece que sea igualitaria por su aparente apertura y su compromiso con la inclusión social a través del trabajo. En la práctica es una inequívoca estrategia neoliberal, que ya ha sido adoptada por los republicanos estadounidenses (Walker, 2000). El relato de Leadbeater sobre el nuevo trabajo se fundamenta en el elevado estatus que da el trabajar en los medios de comunicación (la cocinera o el jardinero de televisión) en tanto que modelos de éxito y logro. Es una imagen totalmente individualizada del trabajo, con poco o nulo espacio para la lealtad, el asociacionismo, por no hablar de la sindicación. Lo que cuenta es el brillo personal y los valores de la perseverancia. El titular es «Puedes hacerlo si realmente quieres». En este discurso del capital humano del nuevo mundo laboral no hay tiempo para nada que no sea fortaleza, autoayuda y motivación. Según la visión de Leadbeater casi todos estamos autoempleados y podemos asumir formas personalizadas de seguros privados. Seguro que las condiciones que subraya con tanto entusiasmo se acercan a la realidad de (algunos) jóvenes emprendedores culturales, los cuales están conectados a la economía del conocimiento y trabajan desde los bares con sus portátiles y sus móviles, pero Leadbeater ignora realidades mucho más duras de las vidas laborales de estos jóvenes y el alto grado de autoexplotación que tienen que mantener para llevar una existencia más bien precaria. Leadbeater también pasa totalmente por alto el hecho de que siguen existiendo restricciones a la participación en el mercado laboral debidas al género o la etnia. No es crítico con las limitaciones de la nueva meritocracia y no le preocupan todas las personas que trabajan duramente en la nueva economía cultural y que a pesar de un gran esfuerzo y de un cierto grado de éxito, a los cuarenta todavía están a la mitad de la escalera de la movilidad.

El letrero de Hollywood, la calle Holloway

High Fidelity [Alta fidelidad], un éxito de ventas de Nick Hornby (1995), nos presenta una crónica de las actividades cotidianas (y de la masculinidad neurótica) de un fan de la música *indie* convertido en propietario de una tienda de discos situada en la bulliciosa y sucia calle Holloway, una de las principales arterias del centro de Londres. La tienda se rige más por la pasión que por las líneas del negocio musical. En este sentido ejemplifica el espíritu del «emprendimiento subcultural» (McRobbie, 1994), que actúa como intermediario entre productores y consumidores de música popular ignorada o todavía sin descubrir por la gran mayoría. La novela representa también los pequeños éxitos creativos de los que tan orgulloso se siente el Gobierno del Reino Unido en los últimos tiempos. Sin embargo, para llevar

el libro al cine se tuvo que trasladar la narración a Chicago y la producción a Hollywood. En este caso el «talento del Reino Unido» se encarnó en la figura del autor (Hornby) y en la del director (Stephen Frears). El valor de la exportación radica en la habilidad creativa de dos individuos clave, y este ejemplo es representativo de una corriente cultural que incluye a diseñadores de moda (Stella McCartney, John Galiano y Alexander McQueen de París), directores de cine, estrellas del pop, actores, estilistas, periodistas, fotógrafos y escritores, cuya ruta se dirige la mayoría de las veces a Nueva York y Los Ángeles.

La cuestión más en general es que las industrias culturales en términos económicos y comerciales en realidad comprenden un pequeño (pero creciente) puñado de individuos atomizados de los que podemos suponer que están conectados con otras figuras relevantes a través de una red, pero cuyas trayectorias profesionales son bastante distintas de las «biografías laborales» más normativas que se han documentado en las ciencias sociales. En efecto, son espectacularmente diferentes. Por el momento disponemos solo de un incipiente vocabulario crítico con el que tratar este cambio. Haría falta transitar desde la conocida «sociología del trabajo y el empleo» hasta una narración completa sobre el atractivo del glamur y el «estrellato». Precisamente dicha transición también está incorporada en la narración de *The Full Monty* (otra obra escrita en el Reino Unido pero producida en los Estados Unidos). Mientras que existe una considerable literatura sobre el empleo en la industria siderúrgica, no se ha prestado mucha atención⁷ a las carreras profesionales del mundo del ocio que dependen de la estetización de los atributos corporales a los que aspiran, como *male strippers*, los ex trabajadores de la siderurgia desempleados de la película. En esta última sección expondré el hecho de que la pareja «creatividad/talento» en los últimos tiempos ha llegado a representar las cualidades humanas más deseadas, expresivas, y hasta sinónimas, del «yo interior», y que, por tanto, constituyen una marca de singularidad, especialmente llamativa para los jóvenes a punto de introducirse en el mercado laboral. La creatividad no está lejos de lo que antes era el «alma», una marca del valioso yo interior. Pero estos recursos no están simplemente ahí. Hay que trabajar en ellos. Las diferentes instigaciones a desvelar esas habilidades se pueden entender como «tecnologías del yo», que son también estrategias para la autogobernanza y por ende exponentes de recientes modalidades del poder.

Como señalan varios autores conocedores de la obra de Foucault, cómo mejor y más eficazmente se consigue disciplinar a los individuos es a través de prácticas de libertad (por ejemplo, Rose, 1999). Traspasando la responsabilidad del yo al individuo, el poder se delega a la vez que se

acentúa. Es lo que pasa con la creatividad/talento. Allí donde el individuo es más libre en la persecución de su sueño de autoexpresión, allí es también donde el poder posmoderno es más efectivo. Según sostiene Donzelot (1991), para que el capital traslade la gestión del trabajo a una población que entiende cada vez más esta autogestión como algo que constituye «placer en el trabajo», hay que alcanzar unos niveles de regulación sofisticados y sin precedentes. Como señala Ursell con relación al trabajo en la producción televisiva, este proceso de precarización y ampliación del *freelancing* demuestra «que el capitalismo tardío va asociado a una tecnología del yo muy particular» (2000, p. 806).

Basándome en mi propio y reciente estudio sobre las carreras profesionales de jóvenes diseñadores de moda (McRobbie, 1998) así como en el análisis de Ursell (2000) sobre prácticas laborales televisivas y en otros estudios recientes, entre los cuales están el *Television Tracking Study* (1999, que también trata sobre los trabajadores de televisión) del British Film Institute, el estudio sobre escritores (Pool, 2000) realizado por la Sociedad de Autores y finalmente el trabajo de Leadbeater y Oakley (1999) sobre «emprendedores culturales», hay una serie de temas que aparecen con creciente regularidad. Tal vez uno de los más cruciales e inflexibles sea el del placer con el que la gente participa en este tipo de trabajo, sin importarle los bajos salarios (a veces inexistentes), los horarios extraordinariamente largos (muchas personas a las que entrevisté manifestaron que solían trabajar toda la noche) y la volatilidad y impredecibilidad de los modelos de trabajo. Tanto Ursell como yo nos damos cuenta del efecto disciplinar de muchas de las múltiples incitaciones en los medios de comunicación y en la cultura popular a participar en este tipo de actividad. Podríamos llamarlo «hollywoodización» de los mercados laborales culturales del Reino Unido. Incluso los fracasos y los reveses son, según Leadbeater, útiles para estimular la resistencia y la determinación. En *British Fashion Design* (McRobbie, 1998) se recogen varias citas de jóvenes diseñadores acerca de la pasión que sienten por el «trabajo propio». Esto es lo que les permite seguir adelante a pesar de la aparente inevitabilidad de quiebra.⁸ Ursell, basándose otra vez en Foucault, describe cómo los trabajadores de televisión también están dominados por estas «pasiones» por su trabajo. Y como dice esta autora, «en la producción televisiva, uno puede perseguir sus placeres sensuales» (Ursell, 2000, p. 821). Animar, incluso exhortar, al individuo a que encuentre el sentido de su vida en el trabajo, y a identificarse con el trabajo, es una nueva manera normativa de asegurar la «civilización a través de la identificación» (Rose citado en Ursell, 2000, p. 810). Como Ursell, también yo describí esta forma de trabajar como «trabajo por amor». Se pregunta Ursell: «¿Por qué lo hacen?» y argumenta que «la disposición de la gente a trabajar en

producción televisiva se explica en parte por las tentadoras posibilidades de lograr reconocimiento y aclamación social... y en parte [por] las posibilidades de actualización del yo y de creatividad» (2000, p. 819).

Sin embargo estas posibilidades tienen sentido con los primeros tiempos en el sector. La juventud es más o menos un requisito para participar en el «nuevo trabajo», no porque más adelante en la vida aparezca un esencialismo corporal y rechace la cultura de las «largas horas», sino porque la expectativa e incluso la justificación de cierto grado de lucha e incluso de fracaso para «hacerlo» disminuye con la edad, cuando otras exigencias para el estatus y la autoridad sustituyen la resistencia propia de la juventud. Es decir, las tecnologías del yo en sí mismas sufren sustanciales modificaciones para garantizar el bienestar económico en la mediana edad. En mi propio estudio (McRobbie, 1998), entre diseñadores que rondaban los treinta, hallé estrategias de diversificación: muchos se habían pasado a dar clases de diseño de moda en las facultades de arte; otros habían abandonado su trabajo con su «etiqueta propia» y trabajaban en grandes empresas de moda. El estudio de rastreo del BFI (1999) ha visto cómo crece el número de trabajadores que tienen otras fuentes de ingresos, muchas veces la enseñanza. Lo mismo vale para los autores estudiados por la Sociedad de Autores (Pool, 2000), que complementan sus bajos ingresos anuales con otras formas de trabajo. Así pues, el trabajo creativo independiente es un trabajo de transición en términos de ciclo vital, con altos niveles de inversión en los primeros años tras la finalización de los estudios o formación. La misma juventud no es una categoría estable y un rasgo determinante del nuevo trabajo en ámbitos culturales es ampliar la franja de edad de la «juventud» para que los trabajadores creativos que ya han pasado de los treinta e incluso alcanzado los cuarenta todavía se consideren jóvenes y se les pueda avisar con poca antelación para que vayan a trabajar a cualquier lugar y por un periodo de tiempo indefinido. Así pues se espera por norma que esta fuerza de trabajo tenga las tradicionales condiciones propias de la juventud y sea independiente de la vida familiar. Como resultado muchas de las mujeres a las que entrevisté habían pospuesto la maternidad indefinidamente. El estudio del BFI también dice que de una muestra de aproximadamente quinientas personas, la mitad de las mujeres preguntadas no tenía hijos, pero en cambio esa condición solo se daba en una cuarta parte de los hombres. Otra característica de la juventud forzada es el esperar que se trabaje a cambio de nada. En mi estudio descubrí que incluso periodistas en plantilla y contratados solían hacer trabajos no remunerados en otros sitios «más creativos» para mantener su nombre en circulación y así «en exposición». Hay cierta indignidad en las personas de mediana edad que muestran su disposición (o desesperación) para trabajar a cambio de nada.

Pero redireccionar las carreras creativas a mediana edad no significa, según parece, estabilidad: al contrario, el escenario «de permanente transición» abre el paso a las multihabilidades y a la generación de ingresos a partir de más de una fuente. Cada vez más, las «carreras profesionales portfolio» significan trabajar para más de un «empleador» durante un largo período, quizás incluso durante toda la vida. Está claro que la economía impulsada por el talento es caprichosa en sus recompensas. Como señala Ursell (2000), por sector y por franjas de edad la distancia entre los que ganan sueldos muy elevados (una pequeña minoría) y los trabajadores con sueldos relativamente bajos está creciendo a la vez que disminuyen los sueldos medios. En este mismo sentido solo son unos pocos los escritores que ganan los grandes anticipos que ocupan tantas columnas en la prensa. Así es, entre los que escriben, el cinco por ciento gana de promedio más de 75.000 libras y «tres cuartas partes ganaron menos del salario medio nacional; y dos terceras partes menos de la mitad del salario medio y la mitad menos que el salario mínimo» (Pool, 2000). En el diseño de moda la mayoría de las personas entrevistadas vivía con un sueldo neto de menos de 20.000 libras, aunque desde luego las recompensas eran enormes para las pocas figuras que están arriba de todo (McQueen, Galliano, McCartney).

A mi entender, pues, Beck tiene razón al describir el nuevo trabajo (a pesar de que no se fija en las labores creativas) como un trabajo que se extiende en capas más delgadas a través de una sección transversal más amplia de individuos. En el contexto del Reino Unido el aumento del trabajo creativo, sobre todo entre los jóvenes, incluso se puede ver como una estrategia para reducir el desempleo. Lo que Beck describía como capital sin empleos, en mi opinión eran, con relación al mundo de los diseñadores de moda, empleos sin capital: en su mayoría «empleos ficticios», sostenidos gracias a la euforia y el entusiasmo de un amplio reparto de animosos actores que por necesidad se ven obligados a creer en su propio talento. De este modo el mensaje que anima a convertirse en «emprendedores del yo» (Du Gay, 1996) logra casi su total cometido dentro del sector de esos jóvenes atraídos cada vez más a los campos culturales y creativos. De acuerdo con Andrew Ross (1998), últimamente este terreno se ha ampliado y ahora abarca a los trabajadores de los nuevos medios de comunicación, que, en el contexto de Estados Unidos, están sujetos de un modo parecido a los efectos de la economía de la lotería, o sea, los ganadores se lo llevan todo y los demás ocupan «puestos de trabajo intensivo», que, como muchos otros entornos menos prestigiosos, son presa de la «revolución de los salarios bajos».

Hace solo algunos años la gente creativa por norma podía acceder al desempleo cuando se le terminaba un trabajo y antes de empezar otro. Pero ahora se han llevado este cojín y la única alternativa que les queda es apuntarse a otros trabajos (conducir coches, servir en bares, introducir datos, hacer trabajos temporales por agencia) antes de que lleguen oportunidades más gratificantes. Pero esta intensificación del trabajo debilita casi todos los lazos sociales más allá de los de la red creativa (por lo general la empresa) y los de las relaciones personales y familiares. En los trabajos temporales de bajo nivel que realiza el trabajador como una ayuda hasta que aparezca algo mejor, no existe la perspectiva de la «socialidad narrativa» preferida por Sennett (1998), ni tampoco la llamada «socialidad en red» descrita por Lash (2000). Des-espacializada y des-socializada, toda la gama de actividades laborales está inevitablemente des-politizada. Una brecha cada vez mayor separa a los jóvenes de la población madura, en la que esta última ha conseguido (solo) ser incorporada en el sistema de pensiones y derechos laborales propio del viejo trabajo. Para los que no llegan a los cuarenta, los «regímenes de subjetificación» con los que han crecido les han inculcado que la individualización y el emprendimiento son las alternativas a las carreras tradicionales (como describen Gray y Flores en la cita que encabeza este capítulo). Resulta casi imposible imaginar cómo se van a corregir las desigualdades que se originan en este mercado laboral cultural completamente neoliberalizado. Lo que se murmura sobre sindicación entre los trabajadores de «dot.com» en los Estados Unidos todavía no ha tenido ninguna traducción en nada que tenga que ver con la autoorganización entre estos grupos de trabajadores disociados en el Reino Unido. La política laboral es algo prácticamente desconocido en la industria de la moda y, según Ursell (2000), la sindicación entre los jóvenes trabajadores de televisión es insignificante. El hecho de ser *freelance* o autoempleado parece que niegue la idea de una política laboral. Pero en este contexto, donde las ideas sobre igualdad de oportunidades pertenecen a una época pasada, la población negra y asiática está completamente subrepresentada como emprendedores culturales de «talento», como señalan incluso Leadbeater y Oakley (1999), y el estudio del BFI (1999) muestra también que los jóvenes que entraron a trabajar en televisión en 1994 eran blancos en un 94%. Por su parte, las mujeres también se ven enfrentadas a la decisión de tener hijos o tener trabajo. Con este telón de fondo, y de momento, el New Labour puede quedarse sentado. Han conseguido reducir el desempleo y pueden alegrarse por una generación que mientras tanto por lo menos parece que adora su trabajo.

Notas

1. Según Leadbeater y Oakley pronto habrá 1,5 millones de personas trabajando en el sector cultural, y en su mayoría serán autoempleados. Según Handy (2000), en un artículo en *The Guardian*, «el 60% de los negocios británicos tiene solo un empleado, lo cual explica por qué las estadísticas subestiman el grado real de independencia en el trabajo. Nos autodenominamos negocios, no “los autoempleados”».

2. Boughton (2000) informa, en *The Guardian*, de que lo que en Estados Unidos empezó como una iniciativa de autoayuda fue reinventado en el Reino Unido por Reed in Partnership para promocionar el «prestigio corporativo» en empresas organizando «recolectas de ropa», en las que los empleados llevaban ropa usada a los puntos de recogida dispuestos en las oficinas.

3. El episodio «Cool Britannia» fue un intento fallido al principio del Gobierno del New Labour cuyo propósito era que artistas jóvenes, músicos pop, diseñadores de moda y otras figuras famosas participaran en la exportación del talento del Reino Unido al extranjero y en la promoción del sector creativo como parte integrante del proceso modernizador del New Labour.

4. En *British Fashion Design* traté de empezar este tipo de investigación sobre la construcción social del talento, la creatividad y la imaginación en el contexto de las vidas laborales de diseñadores de moda (McRobbie, 1998).

5. Franks (2000) ha escrito una crítica mordaz sobre las publicaciones del *think tank* Demos y el reciente artículo de Leadbeater, por su insípida forma de hablar tomada de los gurús empresariales estadounidenses.

6. Dije que esta influencia sobre Tony Blair demostraba el «nuevo derecho furtivo» (McRobbie, 1999).

7. En uno de cada dos programas televisivos emitidos durante la semana del 8 de enero de 2000 sobre mujeres jóvenes e imágenes corporales se ven chicas de quince años que quieren hacerse implantes mamarios porque «si no tienes tetas no puedes llegar a ser famosa»

8. Durante la semana del 1 de enero de 2000 se informó de que una de las figuras británicas más conocidas del diseño de moda, Hussein Chalayan, se había declarado en bancarrota. Esa misma semana se supo que una de las

personas a las que entrevisté, Ally Capellino, se había «hundido» en 1999 pero que estaba a punto de volver a lanzar un conjunto de accesorios tras haber recuperado su propio nombre.

Bibliografía

- Augé, M. (1995). *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. Londres: Verso.
- Beck, U. (1992). *Risk Society*. Londres: Sage.
- Beck, U. (2000). *The Brave New World of Work*. Cambridge: Polity.
- Boughton, I. (2000). «Suits you at interview». *The Guardian*, 20 de noviembre (sección de «Office Hours»), p. 2.
- British Film Institute (1999). *Television Industry Tracking Study. Third Report*. Mayo. Londres.
- Castells, M. (1996). *The Information Age*. Oxford: Blackwell.
- Department of Culture, Media and Sport (1998). *Creative Industries Mapping Document*.
- Donzelot, J. (1991). «Pleasure in work». En: G. Burchell, C. Gordon y P. Miller (eds.). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Du Gay, P. (1996). *Consumption and Identity at Work*. Londres: Sage.
- Du Gay, P. (1997). «Organizing identity: making up people at work». En: P. du Gay (ed.). *Production of Culture/Cultures of Production*. Londres: Sage.
- Franks, T. (2000). *One Market Under God: Extreme Capitalism, Market Populism and the End of Economic Democracy*. Londres: Secker / Warburg.
- Hall, S. (1998). «The great moving nowhere show». *Marxism Today*, noviembre, pp. 9-15.
- Handy, C. (2000). «On why work sharing works». *The Guardian*, 20 de diciembre, p. 11.
- Hornby, N. (1995). *High Fidelity*. Harmondsworth: Penguin.
- Klein, N. (2000). *No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies*. Londres: Flamingo.
- Lash, S. (2000). *Network Sociality* (no publicado). London Goldsmiths College.
- Leadbeater, C. (1999). *Living on Thin Air: The New Economy*. Harmondsworth: Viking.
- Leadbeater, C.; Oakley, K. (1999). *The Independents*. Londres: Demos.
- McRobbie, A. (1994). *Postmodernism and Popular Culture*. Londres: Routledge.

- McRobbie, A. (1998). *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* Londres: Routledge.
- McRobbie, A. (1999). «On Trust». *The Guardian*, 22 de julio, p. 21.
- McRobbie, A. (2001). «Club to company: the decline of political culture in the speeded-up world of the cultural economy». *Cultural Studies, Special Issue* (P. du Gay y S. Nixon, eds.).
- Nixon, S. (1997). «Circulating culture». En: P. du Gay (ed.). *Production of Culture/Cultures of Production*. Londres: Sage.
- Pool, K. (2000). «Love, not money». *The Author*, Summer, pp. 58-66.
- Rose, N. (1999). «Inventiveness in politics». *Economy and Society*. Vol. 28, núm. 3. pp. 467-93.
- Ross, A. (1998). «Jobs in cyberspace». En: A. Ross. *Real Love: In Pursuit of Cultural Justice*. Nueva York: New York University Press.
- Sennett, R. (1998). *The Corrosion of Character*. Nueva York: W.W. Norton.
- Ursell, G. (2000). «Television production: issues of exploitation, commodification and subjectivity in UK television labour markets». *Media, Culture and Society*. Vol. 22, núm. 6, pp. 805-27.
- Walker, D. (2000). «In the know». *The Guardian*, 24 de julio, p. 21.
- Warhurst, C.; Watt, A.; Nickson, D. (2000). «Looking good, sounding right: style counseling for the unemployed». *Industrial Society*. Londres: Industrial Society Report.
- Young, J. (1999). *The Exclusive Society: Social Exclusion, Crime and Difference in Late Modernity*. Londres: Sage.