

D

E

B

A

T

■ **Monogràfic**

El gerencialisme i la seua
influència en el món
contemporani: anàlisi i reflexions

- **Articles de** David Muñoz-Rodríguez, Antonio Santos Ortega, María Inés Landa, Gustavo Blázquez, Cecilia Castro, Fernando Ampudia de Haro, Maria Medina-Vicent, Luis Enrique Alonso, Carlos J. Fernández Rodríguez i Ferran Giménez Azagra

S



DEBATS — Revista de cultura, poder i societat

Vol. **133/1**
2019

DEBATS

— Revista de cultura, poder i societat

Volum 133, Número 1
2019

President de la Diputació de València

Antoni Francesc Gaspar Ramos

Diputat delegat de Cultura

Xavier Rius i Torres

Director de la Institució Alfons el Magnànim. Centre Valencià d'Estudis i d'Investigació

Vicent Flor

Les opinions expressades en els articles i altres escrits publicats a *Debats. Revista de cultura, poder i societat* són responsabilitat exclusiva dels seus autors/es i no expressen l'opinió de *Debats* o de la Institució Alfons el Magnànim – Centre Valencià d'Estudis i d'Investigació. Alhora, els autors es comprometen a respectar les normes d'ètica en la publicació de la revista, així com a assegurar la veracitat en la declaració d'autoria, l'originalitat en la publicació, el no enviament a altres revistes i la declaració de conflictes d'interessos en relació amb els articles. Per tant, malgrat que *Debats* fa tots els esforços possibles per assegurar les bones pràctiques en la publicació de la revista i detectar males pràctiques o plagi, la revista *Debats* declina qualsevol responsabilitat sobre els possibles conflictes derivats de l'autoria dels treballs que s'hi publiquen. Els autors poden trobar les normes per als autors i una guia de bones pràctiques i ètica al final de la revista i a la seua pàgina web.

Tots els articles de la secció monogràfica (Quadern) i de la secció d'articles de recerca (Articles) han passat un filtre inicial de l'editor i, posteriorment, un rigorós examen d'avaluació d'experts amb cegament doble d'almenys dos acadèmics especialistes en la matèria.

Debats. Revista de cultura, poder i societat es publica sota el sistema de llicències Creative Commons segons la modalitat: Reconeixement - NoComercial (by-nc): Es permet la generació d'obres derivades sempre que no se'n faça un ús comercial. Tampoc es pot utilitzar l'obra original amb finalitats comercials.



Correspondència, subscripció i venda / Send correspondence, subscription and orders

Debats. Revista de cultura, poder i societat

Institució Alfons el Magnànim – Centre Valencià d'Estudis i d'Investigació

C/ Corona, 36 / 46003 València / Tel. 963 883 169 / Fax 963 883 170

secretaria.debats@dival.es

www.revistadebats.net

www.alfonselmagnanim.net

Subscripció anual en format imprès (dos números a l'any, preus amb IVA i despeses d'enviament incloses). Pagament per transferència bancària a nom de *Debats. Revista de cultura, poder i societat* / Institució Alfons el Magnànim.

Subscripció anual: 10 euros

Número solt: 6 euros

Distribució / Distribution

Sendra Marco, distribució d'edicions, SL

C/ Taronja, 16 / 46210 Picanya / Tel. 961 590 841

sendra@sendramarco.com

Impressió / Printing



ISSN 0212-0585 (imprés)

ISSN 2530-3074 (digital)

Dipòsit legal: V-978-1982



Aquesta revista és membre d'ARCE

Debats. Revista de cultura, poder i societat

La revista *Debats* va nàixer el 1982 com una revista de la Institució Alfons el Magnànim (i, tot seguit, de la IVEI, Institució Valenciana d'Estudis i d'Investigació) de la Diputació de València amb la voluntat de promoure i actualitzar els grans debats de les ciències socials a València, donant peu a la participació d'importants figures en aquests camps. Actualment, la revista *Debats* és una revista semestral i té l'objectiu d'aglutinar les reflexions actuals en el camp intel·lectual entorn de la cultura —en el sentit ampli de pràctiques culturals i també en el sentit restrictiu de les arts— i la seua relació amb el poder, la política, la identitat, el territori i el canvi social. El marc de referència de la revista se situa en les temàtiques que són rellevants en la societat valenciana i el seu entorn, però amb intenció de convertir-se en un referent a nivell europeu i internacional. La revista parteix de la perspectiva de les ciències socials, però pretén al mateix temps connectar amb les anàlisis i els debats contemporanis de les humanitats així com dels estudis de comunicació i dels *cultural studies*. Així mateix, es reclama metodològicament plural al mateix temps que pretén incentivar la innovació en l'adopció de noves tècniques de recerca i de comunicació dels resultats a un públic ampli. És a dir, pretén convertir-se en un instrument d'anàlisi de les problemàtiques emergents al voltant de la cultura i la societat contemporànies des d'una perspectiva àmplia i multidisciplinària combinant una voluntat d'incidència social amb el rigor científic de les publicacions i els debats científics a nivell internacional.

Director / Chair of the Editorial Board

Joaquim Rius Ulldemolins
(Universitat de València / Institució Alfons el Magnànim)

Secretària de redacció / Editorial Assistant

Verònica Gisbert (Universitat de València)

Consell de redacció / Editorial Board

Luis Enrique Alonso (Universidad Autónoma de Madrid)
Antonio Ariño (Universitat de València / Institució Alfons el Magnànim)
Lluís Bonet (Universitat de Barcelona)
Maria del Mar Griera (Universitat Autònoma de Barcelona)
Anacleto Ferrer (Universitat de València / Institució Alfons el Magnànim)
Pedro García (Universitat de València)
Ana M. González (Universitat Oberta de Catalunya)
Gil-Manuel Hernández (Universitat de València)
Carlos Jesús Fernández (Universidad Autónoma de Madrid)
Albert Moncusí (Universitat de València)
Dafne Muntanyola (Universitat Autònoma de Barcelona)
Sandra Obiol (Universitat de València)
Vicent Olmos (Universitat de València)
Arturo Rubio (Universidad Antonio de Nebrija)
Igor Sádaba (Universidad Complutense de Madrid)
Ismael Saz (Universitat de València / Institució Alfons el Magnànim)

Comité científico / Scientific Committee

Ana Aguado (Universitat de València)
Macià Blázquez Salom (Universitat de les Illes Balears)
Salvador Cardús (Universitat Autònoma de Barcelona)
Enric Castelló (Universitat Rovira i Virgili)
Josepa Cucó (Universitat de València)
Dolors Comas d'Argemir (Universitat Rovira i Virgili)
Jaume Franquesa (SUNY: University at Buffalo)
Alain Gagnon (Université du Québec à Montréal)
Ernest García (Universitat de València)
Clive Gray (University of Warwick)
David Inglis (University of Helsinki)
Omar Lizardo (University of California Los Angeles - UCLA)

Jordi López-Sintas (Universitat Autònoma de Barcelona)
Michel Martínez (Université Toulouse I Capitole 2)
Matilde Massó (Universidade da Coruña)
Joan Francesc Mira (Universitat de València)
Emmanuel Négrier (Université de Montpellier)
Montserrat Pareja (Universitat de Barcelona)
Adrian Scribano (Universidad de Buenos Aires - CONICET)
Alain Quemín (Université Paris 8)
Philip Schlesinger (University of Glasgow)
Joan Subirats (Universitat Autònoma de Barcelona)
Joan-Manuel Tresserras (Universitat Autònoma de Barcelona)
Ramon Zallo (Euskal Herriko Unibertsitatea / Universidad del País Vasco)

Disseny / Design

Estudio Juan Nava gráfico

Il·lustracions / Illustrations

Eugenio Simó

Administració / Management

Enric Estrela (Subdirector)
Vicent Berenguer (Cap d'Unitat de Publicacions)
Mary Luz Ivorra (Publicacions)
Manel Pastor (Publicacions)
Robert Martínez (Publicacions)
Pere Gantes (Publicacions i web)
Xavier Agustí (Publicacions / Difusió)
Ana Sebastià (Distribució / Difusió)
Luis Solsona (Distribució)
Àngela Uviedo (Distribució)
Sergio Arnau (Difusió)
Consuelo Viana (Cap de Negociat d'Administració)
María José Villaiba (Administració i subscripcions)
Carlos Arbona (Administració)

Coordinació i assessorament lingüístic / Coordination and language consulting

Marta Capdevila Felipe, María Quiles Ruiz, Anna Sanchis Muñoz, Eva Peñarrocha Centelles i Aglaia Montoya Melià (Leyenda Traducciones)
Andrew Spence

Maquetació / Layout

Fàbrica Gràfica Coop V

Bases de dades i directoris / Databases and directories

— Compludoc
— Dialnet
— Directory of Open Access Journals (DOAJ)
— Emerging Sources Citation Index
— ERIH PLUS
— ISOC - Revistas de CC. Sociales y Humanidades
— Red de Bibliotecas Universitarias (REBIUN)
— Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico (REDIB)
— Periodical Index Online

Sistemes d'avaluació / Evaluation systems

— Scopus
— CARHUS+ 2014
— CIRC (Clasificación Integrada de Revistas)
— DICE. Difusión y Calidad Editorial de las Revistas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas
— IN-RECS (Índice de Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales)
— Latindex
— MIAR (Matriz de Información para el Análisis de Revistas)
— Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanidades (RESH)

Sumari/Contents

Monogràfic: **El gerencialisme i la seua influència en el món contemporani: anàlisi i reflexions**

Special Issue: *Managerialism and its influence on the contemporary world: analysis and reflections*

Coordinat per / *Guest Editor*

Carlos Jesús Fernández Rodríguez, Universidad Autónoma de Madrid (UAM)

- Carlos J. Fernández Rodríguez** Presentació del monogràfic. **El gerencialisme i la seua influència en el món contemporani: anàlisi i reflexions»** — 06 / 12
Introduction to the Special Issue. Managerialism and its influence on the contemporary world: analysis and reflections



- Antonio Santos Ortega y David Muñoz-Rodríguez** L'extensió de la figura de l'emprenedor en el marc de la Unió Europea: l'avanç d'un model d'activació emprenedora — 15 / 26
Advancing the Entrepreneur's Role in The European Union: The advance of an entrepreneurial activation model

- María Inés Landa, Gustavo Blázquez y Cecilia Castro** Emprendre com a estil de vida. *L'actitud* en les dinàmiques laborals de treballadors del *fitness* i de l'entreteniment infantil (Córdoba, Argentina) — 27 / 45
Entrepreneurial lifestyle. The role attitude plays in the labour dynamics of fitness and children's entertainment workers (Córdoba, Argentina)

- Fernando Ampudia de Haro** Gerencialisme universitari i publicació científica — 47 / 62
University Managerialism and Scientific Publishing

- Maria Medina-Vicent** «Woman, manage your life!» El discurs de la conciliació laboral-familiar en la literatura popular del *management* dirigida a dones — 63 / 76
Woman, manage your life! The family-work balance discourse in the popular management literature aimed at women

- Luis Enrique Alonso i Carlos J. Fernández Rodríguez** Gerencialisme i ficció, o la ficció del gerencialisme: d'Ayn Rand a les novel·letes d'executius — 77 / 94
Managerialism and Fiction, or the Fiction of Managerialism: from Ayn Rand to novels for executives



- Ernesto R. Gantman** Managerialisme i meritocràcia del coneixement — 97 / 100
Managerialism and meritocracy of knowledge

- Martin Parker** S'ha convertit la universitat en una escola de negocis? — 101 / 104
Has the university become a business school?
- David Collins** «Tornar a fer gran Amèrica»: el projecte d'excel·lència en retrospectiva — 105 / 109
Make America great... again: the excellence project in retrospect.
- Gabriel Abend** Una modesta proposició — 111 / 115
A Modest Proposal

ENTREVISTES

- Carlos J. Fernández Rodríguez** El malestar del gerencialisme: una entrevista amb Paul du Gay — 117 / 123
The discontent of managerialism: an interview with Paul du Gay
- Joan Canela** Entrevista a Vincent Dubois — 125 / 129
Interview with Vincent Dubois

ARTICLES

- Ferran Giménez Azagra** La transició emocional en els moviments socials. — 131 / 143
El cas de la PAH
The Emotional Transition in Social Movements. The case of PAH.

RESSENYES

- Carlos Jesús Fernández Rodríguez** CARVAJAL BAEZA, Rafael (comp). *Estudios críticos de la organización: qué son y cuál es su utilidad* — 145 / 147
- Borja Tomás Ripollés** DUBOIS, Vincent. *El burócrata y el pobre. Relación administrativa y tratamiento de la miseria* — 149 / 150

Presentació del monogràfic «El gerencialisme i la seua influència en el món contemporani: anàlisi i reflexions»

Coordinat per

Carlos Jesús Fernández Rodríguez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

*The world needs steady men like me
to give and take the orders*

GENTLE GIANT

Un dels trets més característics del món organitzacional i laboral ha sigut el de l'èxit de les idees gerencials, és a dir, narratives que situen els problemes de gestió en el centre de les preocupacions i els problemes contemporanis. Tant en l'àmbit de la gestió empresarial com en el de l'administració d'allò públic —però també en altres espais com el de la qualificació laboral, la docència o fins i tot l'organització de la vida privada—, s'ha estés el mantra de la necessitat de «gestionar millor» absolutament tot, en una demanda de reforma contínua que ha acabat penetrant, a poc a poc, en tots els àmbits quotidians. Es tracta de ser més eficaç en el treball, més efectiu, però també d'adoptar una òptica d'anàlisi mercantil, inspirada en els costos i els beneficis, en cada vegada més aspectes de l'existència humana, però de manera especialment intensa en l'àmbit de l'economia, el treball i la gestió organitzacional. De fet, en la nostra vida professional actual és evident la proliferació de mecanismes d'avaluació i gestió (controls de qualitat, valoracions de servei, enquestes en línia) com a vies de mesurar la capacitat de proporcionar un bon servei o assolir objectius determinats, siguin purament empresarials o no. Aquestes eines es construeixen sobre idees noves, evidentment procedents del món dels negocis, que gaudeixen actualment d'una hegemonia incontestable i inspiren la posada en pràctica de més mecanismes destinats a augmentar la productivitat i el rendiment, en sintonia amb una nova biopolítica neoliberal, associada a l'èxit del postfordisme com un nou règim d'acumulació (Alonso, 2007). I és que aquest significant de la gestió cada vegada té més espai en els «discursos del present» (Alonso i Fernández Rodríguez, 2013a), i no només el reproduïxen nombroses instàncies i institucions sinó que, a més, contribueix a la construcció d'un imaginari social nou, on individus emprenedors i orientats a l'acció empresarial representen el nou tipus ideal de subjecte contemporani; un subjecte adaptat a un escenari neoliberal on el mercat es converteix en l'espai exclusiu d'organització d'allò social (Lazzarato, 2013; Moruno, 2015). I per bé que les manifestacions més arquetípiques d'aquestes idees gerencials les trobem recollides en llibres d'empresa que hi ha en llibreries d'aeroport i grans centres comercials (Boltanski i Chiapello, 2002; Fernández Rodríguez, 2007a; Alonso i Fernández Rodríguez, 2013a i 2013b), és

cert que, com hem indicat abans i podrem comprovar en les pàgines següents, aquest discurs penetra en tots els àmbits, des dels estils de vida fins a la forma d'orientar la recerca del coneixement científic, amb una influència extraordinària en la construcció de les societats contemporànies.

L'objectiu que persegueix aquest monogràfic és, així doncs, compilar una sèrie de treballs acadèmics, amb diferents formats i aproximacions, que servisquen per a retre compte de noves perspectives d'anàlisi entorn d'aquesta manifestació tan peculiar i prototípica del capitalisme neoliberal vigent: el fenomen del *gerencialisme*. Per *gerencialisme* entenem la ideologia i el discurs d'aquells que posseeixen el poder dins de les organitzacions empresarials (anomenem-los empresaris, gerents, directius, mànagers o quadres intermedis), que en recull els valors morals i les recomanacions pràctiques en relació no només amb com s'han d'organitzar les empreses i el treball que s'hi desenvolupa, sinó amb com s'ha de *gestionar* la mateixa societat i, per descomptat, els individus que en formen part: és a dir, parlem del que es coneix com discurs del *management* (Alonso i Fernández Rodríguez, 2006; 2013a; 2013b, i 2018; Collins, 2000; Fernández Rodríguez, 2007a; Fernández Rodríguez i Medina-Vicent, 2017; Gantman, 2005; Klikauer, 2015) que mira d'involucrar tots els actors socials i econòmics en una mirada i una manera d'actuar molt concretes en l'espai de l'economia de mercat que es transforma en el centre absolut d'allò social. De fet, el discurs del *management* s'ha convertit, sens dubte, en el discurs hegemònic en l'economia contemporània i reflecteix el que alguns autors, com Boltanski i Chiapello (2002), han definit com el «nou esperit del capitalisme», en què els valors gerencials es converteixen en el centre ideològic del sistema. El gerencialisme es presenta a si mateix, generalment, com a coneixement tècnic i neutral, ja que no debades part de les arrels d'aquest discurs està en la difusió de tècniques de gestió per part d'organitzacions i institucions importants (escoles de negocis, consultores i gurus empresarials: vegeu Locke i Spender, 2011; Fernández Rodríguez, 2013); no obstant això, a pesar d'aquesta pàtina d'objectivitat, la mirada gerencial és una mirada ideològica i profundament esbiaixada, destinada a convèncer els individus de la necessitat imperiosa

d'adaptar la seua manera de viure als requeriments dels sistema econòmic, de manera que romanen cecs davant dels problemes de justícia greus en la distribució de la renda i el benefici, i en el qual es marginen i s'obvien altres formes d'organització d'allò social que podrien comportar frens i traves a la pulsio dels guanys ràpids i desordenats que s'han apoderat de la major part dels mercats en aquest segle XXI (Alonso i Fernández Rodríguez, 2013b). A més, l'impacte d'aquestes idees sobre l'univers d'allò social i les institucions és extraordinari, ja que no només contribueixen a minar els nostres estats del benestar (Du Gay, 2012) i erosionar els conceptes clàssics de ciutadania laboral (Alonso, 2007), sinó que tenen un rol essencial en la justificació de la desigualtat social creixent en l'era del neoliberalisme (Parker, 2002).

Així doncs, a causa d'aquesta ubiqüitat dels nous discursos gerencials i el paper essencial que tenen en la constitució d'una subjectivitat neoliberal nova (Laval i Dardot, 2013), ens ha semblat pertinent presentar als lectors de *Debats* un monogràfic dedicat a reflexionar críticament sobre el fenomen del *gerencialisme*. Per a fer-ho, seguint l'estructura en seccions en què actualment s'organitza la revista, s'ha procedit a recopilar un conjunt d'aportacions d'especialistes nacionals i internacionals de gran interès, agudesa i originalitat, i que des de diferents òptiques miren de fer veure al lector la importància que aquests discursos han acabat per tenir en l'organització de diferents facetes de la vida contemporània. La primera de les seccions, «Quadern», conté cinc articles de temàtiques diverses. En el primer, els professors David Muñoz-Rodríguez i Antonio Santos Ortega, que en els últims temps han publicat treballs magnífics dedicats a rebentar la difusió de la nova ideologia de l'emprenedoria, particularment en l'entorn dels joves universitaris (Santos Ortega, 2004; Muñoz-Rodríguez i Santos Ortega, 2017), se centren a descriure com el discurs de l'activació i l'emprenedoria ha passat a ser el cor de les polítiques d'ocupació a la UE en l'Estratègia 2020. Activació i empenedoria són, per descomptat, dos conceptes centrals en l'imaginari *managerial* (Alonso i Fernández Rodríguez, 2013a) que s'han utilitzat àmpliament en les polítiques europees inspirades en el paradigma de la «flexigüritat» (Keune i Serrano Pascual, 2014). Els autors exploren, des d'una perspectiva comparada, les polítiques destinades a fomentar l'esperit empenedor a diferents països de la Unió Europea, i s'emfatitza la influència enorme que aquest concepte de subjecte empenedor (que transcendeix les fronteres de les polítiques d'ocupació per a convertir-se en una manera de viure) té sobre les institucions comunitàries, a pesar de ser una aposta clarament insuficient i problemàtica per a fer front a la precarització creixent de les condicions de treball. La segona contribució de «Quadern» també se centra en la qüestió de l'emprenedoria, però aquesta vegada aplicada a pràctiques laborals molt concretes. Els investigadors del CONICET María Inés Landa, Gustavo Blázquez i Cecilia Castro estudien l'adopció de l'estil de vida empenedor en espais orientats de manera específica a la provisió de serveis amb una funció fonamentalment recreativa (concretament el món del *fitness* i de l'entreteniment infantil). Els autors, ben familiaritzats amb aquestes anàlisis (especialment Landa, que ha publicat articles molt interessants sobre el paper del cos en el capitalisme postfordista: Landa, 2014; Landa i Marengo, 2011), presenten investigacions de gran valor en els plànols etnogràfic i discursiu, i conclouen que l'actitud empenedora passa a erigir-se com un actiu important en la professionalització d'aquests sectors i que, malgrat inserir els treballadors en un estil

de vida definit, no és capaç d'evitar que aquests continuen buscant altres alternatives laborals davant de la precarietat real d'aquests treballs.

El tercer text d'aquesta secció se centra en un altre espai on les lògiques gerencials s'han instal·lat d'una manera tan intensa com sorprenent (excepte per a aquells que estan dins d'aquest àmbit professional, que el pateixen): l'àmbit de la universitat. El sociòleg Fernando Ampudia de Haro, que en la seua fascinant obra d'inspiració *eliasiana* ha analitzat els codis i processos pels quals el comportament humà s'embrida socialment (Ampudia de Haro, 2007 i 2010), en aquest article mira d'identificar les dimensions principals del gerencialisme en l'espai universitari, prestant atenció especial a l'àmbit de la publicació científica. Per a això, fa una anàlisi crítica del material didàctic que s'utilitza en els nombrosos cursos que ofereixen les universitats als seus treballadors, ja que aquests textos-codis representen una font ideal per a analitzar el nou tipus de subjectivitat que se'ls demana a docents i investigadors. L'autor, que indica els riscos d'aquest model per a un debat científic informat, n'explora les conseqüències. El quart article d'aquesta secció està signat per la investigadora Maria Medina-Vicent i se centra en un subgènere específic de la literatura gerencial: la dirigida fonamentalment a dones. En aquests textos s'ofereixen consells per a gestionar millor i progressar professionalment i, alhora, es construeix un discurs molt particular entorn del que vol dir ser dona, de manera que es construeixen rols de gènere molt concrets en què no hi ha espai per a la conciliació laboral i familiar. Medina-Vicent, seguint l'estela d'altres treballs que ha publicat (Medina-Vicent, 2018) analitza un corpus de llibres de *management* i mostra com, al cap i a la fi, els valors i els comportaments prescrits a les dones professionals reproduïen els estereotips de gènere tradicionals, la qual cosa comporta posar a les dones directives en una situació de desavantatge respecte dels seus companys homes, de manera que es reforça la desigualtat de gènere. Finalment, la secció «Quadern» conclou amb un article que també va lligat a la investigació sobre el fenomen de la literatura gerencial, signat pels professors de la Universitat Autònoma de Madrid Luis Enrique Alonso i Carlos Jesús Fernández Rodríguez, que han escrit conjuntament moltes pàgines sobre aquest tema (Alonso i Fernández Rodríguez, 2006, 2013a i 2013b; Fernández Rodríguez, 2007a i 2011). En aquest text, els autors exploren un subgènere de la literatura gerencial al qual, generalment, s'ha prestat poca atenció: la ficció *managerial*, és a dir, novel·les i faules on es presenten i es desenvolupen arguments relacionats amb la tasca de gestió, el públic de les quals són directius i quadres intermedis d'empreses. L'argument que presenten en aquestes pàgines és que bona part d'aquesta literatura està inspirada en l'obra de la controvertida escriptora Ayn Rand, autora de capçalera de bona part dels polítics i empresaris neoliberals als Estats Units d'Amèrica, ja que comparteixen la visió maniquea del món i els personatges arquetípics moguts per l'únic anhel de l'èxit en els negocis.

Després del «Quadern», el monogràfic té, en la secció «Punts de vista», quatre contribucions convidades. En la primera, el professor de la Universitat de Buenos Aires Ernesto Gantman, autor d'estudis importants sobre el gerencialisme (Gantman, 2005) i especialitzat recentment en l'anàlisi bibliomètrica de la producció científica en l'àmbit de l'administració d'empreses (Gantman, 2011; Gantman i Fernández Rodríguez, 2016),

revisa la denominada «ficcio meritocràtica» i afirma que tot i que no hi haja evidències empíriques que permeten donar suport a l'existència de meritocràcia en la societat actual, l'influx d'aquest mite pot ser molt important en la justificació de l'ordre social contemporani. La segona contribució està signada pel professor britànic Martin Parker, una de les veus més reconegudes del moviment acadèmic Critical Management Studies (Hassard i Parker, 1993; Parker, 2002 i 2018; sobre els Critical Management Studies, es recomana llegir Grey i Willmott, 2005, i Fernández Rodríguez, 2007b i 2017). Parker se centra en les transformacions importants que ha patit la Universitat en les últimes dècades. En la seua aportació, descriu de manera molt crítica l'emergència d'un mercat de l'educació superior en què al final els gerents acaben controlant les universitats. Aquests arguments s'han ampliat en el seu últim treball *Shut Down the Business School* (Parker, 2018). La tercera aportació en aquesta ficció està signada pel professor David Collins, un dels grans experts en literatura gerencial (Collins, 2000 i 2007). Collins, a la llum dels esdeveniments polítics recents (concretament, la victòria electoral de Donald Trump), mostra les concomitàncies que hi ha entre el moment sociopolític en què se gesta el supervendes empresarial *En busca de la excel·lència* i la victòria recent de l'histrionic president estatunidenc i indica que aquesta probablement aportarà el mateix que el projecte de l'excel·lència, que només va portar divisió a l'Amèrica dels vuitanta. Aquesta secció acaba amb un comentari del sociòleg uruguaià Gabriel Abend sobre l'anglès com a *lingua franca* en els nous mercats d'educació superior. Abend, els treballs del qual sobre la moralitat empresarial són una referència per a l'anàlisi dels discursos gerencials (Abend, 2014), ha cedit amablement aquest text irònic, provocador i sorneguer, inspirat en el clàssic de Swift, perquè forme part d'aquest monogràfic, la qual cosa permet, a més, que la revista cultural *Debats* experimente amb formats nous.

Finalment, aquesta col·lecció de treballs es completa amb una entrevista al reconegut sociòleg britànic Paul du Gay, un dels estudiosos contemporanis del fenomen del gerencialisme més gran (Du Gay, 1996, 2012; Hall i Du Gay, 2003). En la conversa, Du Gay exposa la seua visió del fenomen gerencial i hi explora qüestions d'interés enorme com ara l'origen del gerencialisme, la relació entre gerencialisme i neoliberalisme, la lògica gerencial davant de la burocràtica, el problema de la desigualtat econòmica que les pràctiques gerencials generen o les alternatives possibles a aquestes idees. Finalment, s'hi inclou una ressenya del llibre *Estudis crítics de l'organització*, compilat pel professor colombià Rafael Carvajal Baeza (2013) i que mostra l'interés creixent que les aproximacions crítiques al fenomen gerencial van suscitant en espais acadèmics com el de l'Amèrica Llatina. Espere, com a editor d'aquest monogràfic, que aquesta col·lecció de treballs contribuísca a comprendre més bé el fenomen del gerencialisme i pugua proporcionar al lector una sèrie d'eines per a llegir, de manera més crítica, els missatges que apareixen implícits en els discursos ubics del *management*.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Abend, G. (2014). *The Moral Background: An Inquiry into the History of Business Ethics*. Princeton: Princeton University Press.

- Alonso, L. E. (2007). *La crisis de la ciudadanía laboral*. Barcelona: Anthropos.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2006). El imaginario managerial: El discurso de la fluidez en la sociedad económica. *Política y Sociedad*, 43(2), 127-151.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2013a). *Los discursos del presente*. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2013b). Los discursos del management: Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak*, 28, 42-69.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2018). *Poder y sacrificio: Los nuevos discursos de la empresa*. Madrid: Siglo XXI.
- Ampudia de Haro, F. (2007). *Las bridas de la conducta: Una aproximación al proceso civilizatorio español*. Madrid: CIS.
- Ampudia de Haro, F. (2010). El logro del éxito: La dimensión social de la literatura de autoayuda. *Revista Española de Sociología*, 13, 11-30.
- Boltanski, L. i Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Carvajal Baeza, R. (comp.) (2013). *Estudios críticos de la organización: qué son y cuál es su utilidad*. Cali: Universidad del Valle.
- Collins, D. (2000). *Management Fads and Buzzwords*. Londres: Routledge.
- Collins, D. (2007). *Narrating the Management Guru: In Search of Tom Peters*. Londres: Routledge.
- Du Gay, P. (1996). *Consumption and Identity at Work*. Londres: Sage.
- Du Gay, P. (2012). *En elogio de la burocracia*. Madrid: Siglo XXI.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2007a). *El discurso del management: Tiempo y narración*. Madrid: CIS.
- Fernández Rodríguez, C. J. (ed.) (2007b). *Vigilar y organizar: Una introducción a los Critical Management Studies*. Madrid: Siglo XXI.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2013). El gato que caza nuestros ratones: China como colección de mitologías. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 115, 79-88.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2011). The Learning Environment and the Politics of Globalization – Consultants and Business Schools between Destandardization and Rhetoric. En M. Martínez Lucio (ed.), *International Human Resource Management: An Employment Relations Perspective*. Londres: Sage.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2017). Estudios críticos de la gestión: Estudios culturales de los conflictos en el mundo del trabajo. *Política y sociedad*, 54 (1), 23-44.
- Fernández Rodríguez, C. J. i Medina-Vicent, M. (2017). Los nuevos discursos del management: Difusión, impactos y resistencias. *Recerca: Revista de pensament i anàlisi*, 20, 7-14.
- Gantman, E. (2005). *Capitalism, Social Privilege and Managerial Ideologies*. Aldershot: Ashgate.
- Gantman, E. (2011). La productividad científica argentina en ciencias sociales: Economía, psicología, sociología y ciencia política en el CONICET (2004-2008). *Revista española de documentación científica*, 34 (3), 408-425.
- Gantman, E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2016). Literature Segmentation in Management and Organization Studies: The Case of Spanish-speaking Countries (2000-2010). *Research Evaluation*, 25(4), 461-471.
- Grey, C. i Willmott, H. (ed.) (2005). *Critical Management Studies: A Reader*. Oxford: Oxford University Press.
- Hall, S. i Du Gay, P. (ed.) (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Hassard J. i Parker, M. (ed.) (1993). *Postmodernism and Organization*. Londres: Sage.
- Keune, M. i Serrano Pascual, A. (ed.) (2014). *Deconstructing Flexicurity and Developing Alternative Approaches: Towards New Concepts and Approaches for Employment and Social Policy*. Londres: Routledge.
- Klikauer, T. (2015). What Is Managerialism? *Critical Sociology*, 41(7-8), 1103-1119.
- Landa, M. I. (2014). La sonrisa del éxito: Figuraciones de una subjetividad exigida. *Arxius de sociologia*, 30, 153-168.
- Landa, M. I. i Marengo, L. G. (2011). El cuerpo del trabajo en el capitalismo flexible: Lógicas empresariales de gestión de energías y emociones. *Cuadernos de relaciones laborales*, 29(1), 177-199.
- Laval, C. i Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Lazzarato, M. (2013). *La fábrica del hombre endeudado*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Locke, R. R. i Spender, J. C. (2011). *Confronting Managerialism: How the Business Elite and their Schools Threw our Lives out of Balance*. Londres: Zed Books.
- Medina-Vicent, M. (2018). *Género y management en el marco neoliberal: Un análisis crítico para la emergencia de liderazgos feministas*. Tesis doctoral, Universitat Jaume I, Comunitat Valenciana). Recuperat de <https://www.tdx.cat/handle/10803/461177>
- Moruno, J. (2015). *La fábrica del emprendedor: Trabajo y política en la empresa*. Madrid: Akal.
- Muñoz-Rodríguez, D. i Santos Ortega, J. A. (2017). Las cárceles del capital humano: trabajo y vidas precarias en la juventud universitaria. *Recerca: Revista de pensament i anàlisi*, 20, 59-78.
- Parker, M. (2002). *Against Management*. Cambridge: Polity.
- Parker, M. (2018). *Shut Down the Business School: What's Wrong with Management Education*. Londres: Pluto Press.
- Santos Ortega, J. A. (2014). La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 127, 29-43.





UADERN



L'extensió de la figura de l'emprenedor en el marc de la Unió Europea: l'avanç d'un model d'activació emprenedora*

Antonio Santos Ortega

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

juan.a.santos@uv.es

David Muñoz-Rodríguez

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

francisco.d.munoz@uv.es

ORCID: 0000-0001-5672-8533

Rebut: 07/02/2018

Acceptat: 23/07/2018

RESUM

El present text s'aproxima al concepte d'activació a través de la idea de l'emprenedoria. Es tracta d'un dels eixos discursius centrals del neoliberalisme contemporani, que gaudeix d'una àmplia difusió i que s'ha plasmat en programes de l'estratègia UE-2020. La difusió de l'emprenedoria s'enclava en el context d'alguns dels grans canvis sociolaborals actuals: la progressiva empresarització del treball assalariat, amb l'avanç de la individualització i la dissolució de les fronteres del treball assalariat a causa de la proliferació de noves figures laborals basades en el treball per compte propi. El treball assalariat, sobretot l'altament qualificat, està vivint aquest procés de redefinició des de la lògica emprenedora, la qual genera noves pràctiques i nous arquetips que tenen un profund impacte en el món de l'ocupació. L'objectiu d'aquest article és, doncs, endinsar-nos en l'anàlisi dels processos d'activació laboral a través de la idea de l'emprenedor. Ens centrarem primer en el significat de la idea d'emprenedor i en el seu paper en la empresarització progressiva del concepte de treball. Posteriorment, emmarcarem aquesta idea en el context de l'Estratègia Europa 2020. Finalment, ens acostarem a alguns programes en el terreny de l'emprenedoria que deriven d'aquesta estratègia europea.

Paraules clau: emprenedoria, capital humà, precarietat, neoliberalisme, incertesa, canvis laborals.

ABSTRACT. *Advancing the Entrepreneur's Role in The European Union: The advance of an entrepreneurial activation model*

This paper approaches the concept of 'activation' by looking at the notion of what an entrepreneur is. At present, the entrepreneur is the poster-child of Neo-Liberalism and is enshrined in EU-2020 programmes. It should be noted that the diffusion of entrepreneurship is taking place against the background of two great changes in the social and employment fields. The first is the progressive corporatisation of wage labour, with a drive towards individualisation and taking responsibility — mainly in qualified jobs. The second is the blurring of boundaries in salaried work due to the proliferation of new kinds of self-employment. Salaried work, especially for highly-skilled staff, is being re-cast in an entrepreneurial mould. This redefinition is forging new practices and archetypes that will transform the world of work. This paper therefore makes a deeper analysis of labour activation processes in the EU-2020 strategy through the idea of the entrepreneur.

Keywords: entrepreneurship, human capital, precariousness, neo-liberalism, uncertainty, labour changes.

* El present article es deriva del projecte «L'emprenedoria com a estratègia de lluita contra la desocupació juvenil: De la política institucional a la vivència i experiència dels subjectes» (CSO2017-82839-P), finançat pel Ministeri d'Economia, Indústria i Competitivitat.

SUMARI

Introducció

Aproximació al significat de la idea emprenedora: aspectes teòrics

Europa 2020 i la revolució emprenedora: les grans línies i documents de la política emprenedora en l'EU-2020

Ressò emprenedor en diversos països de la UE

Conclusions

Autor per a correspondència / Corresponding author: Antonio Santos. Universitat de València, Facultat de Ciències Socials. Av. dels Tarongers, 4b. 46021, València (Espanya).

Citació suggerida / Suggested citation: Santos, A. i Muñoz, D. (2019). L'extensió de la figura de l'emprenedor en el marc de la Unió Europea: l'avanç d'un model d'activació emprenedora. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 15-26. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.2>

INTRODUCCIÓ

La irrupció de la figura de l'emprenedor en l'àmbit dels processos socials i econòmics ha aconseguit una difusió inèdita en el marc de la crisi *subprime*. Limitat habitualment al terreny purament econòmic o empresarial, en els últims anys ha irradiat el camp de les polítiques socials i laborals. Revestit de glamur, omnipresent en els mitjans de comunicació i en el discurs dels polítics, inclosos els d'una esquerra fresca i actual, ha començat a infiltrar-se, fins i tot, en àmbits de la vida íntima, de la consciència. La naturalització de la imatge de l'emprenedor avança a passos de gegant. La televisió està copada per personatges que enarboren l'energia emprenedora en estat pur: cuiners emprenedors, músics, ballarins, joves talents emprenedors dins del camp de la tecnologia o d'altres arts, polítics emprenedors —que es lleven la paraula per a recalcar el seu missatge emprenedor—, presentadors de marca personal que eixamplen el mite emprenedor. També hi apareixen empresaris emprenedors, però el més cridaner d'aquests últims anys, al compàs de la crisi *subprime*, és la normalització del *pack* emprenedor i la seua interiorització en esferes íntimes de la vida dels subjectes. Es parla, així, d'esperit emprenedor. Aquestes esferes tan íntimes i espirituals s'allunyen d'allò més terrenal i material que es troba en l'origen empresarial del terme *emprenedor*. Sorprenen algunes associacions de vocables, com ara *esperit* i *empresa*, que no compartien camp semàntic fins fa poc. En aquestes barreges semàntiques, la idea d'emprenedor, amb més pes específic, s'acaba apropiant del sentit de

la paraula que l'acompanya; i diem *esperit* a la manera de les espècies oportunistes que arriben a un hàbitat en el qual no estaven presents i en substitueixen les originàries.

Però si el concepte d'emprenedor satura el llenguatge i els símbols, en el camp de les polítiques socials es materialitza amb tot el seu pragmatisme i pren la forma de mesures d'acció social que s'han desenvolupat aquests últims anys en el marc de les polítiques actives d'ocupació. D'alguna manera, la idea d'emprenedor representa, per antonomàsia, la idea d'activació: un subjecte que emprén una idea de negoci, en la representació més estesa, la desenvolupa i n'obté resultats reeixits. Així, el present text s'acosta al concepte d'activació laboral a través d'aquesta idea d'emprenedor, molt apreciada en la condició neoliberal actual, que entronca i es materialitza, entre d'altres, en programes de la Unió Europea, com l'Estratègia Europa 2020, i que es difon ja en el marc normatiu de molts països de la Unió.

Al llarg d'aquestes dues últimes dècades, sobretot d'aquest últim decenni, s'ha anat reforçant la idea d'emprenedoria, que gradualment ha anat desplaçant altres formes d'anomenar la realitat fins a fer-les desaparèixer o fer que s'ajusten a la ja hegemònica nova varietat emprenedora. Avui, el que es fa difícil és no trobar aquesta figura en l'esmentat marc normatiu. Totes les disposicions que es produeixen estan subordinades a la lògica de l'emprenedor. Fa dues dècades

la figura de l'emprenedor es va introduir en la UE en un marc que la precedia; ara aquesta figura és el marc. En l'estratègia Europa 2020, que cerca una economia intel·ligent i integradora, la idea de l'emprenedoria és ja transversal.

Respondre amb detall a la pregunta de com les institucions internacionals donen suport, transmeten i concreten una determinada idea en programes d'actuació, en aquest cas la de l'emprenedor, requeriria una llarga i complexa argumentació. Però partim de la idea que tant les institucions internacionals d'àmbit econòmic (Bruno i Didier, 2013; Bourdieu, 1999; Hibou, 2012) com les associacions i els *lobbies* empresarials (Dixon, 1998; Stauber i Rampton, 2004), les institucions educatives, formatives (Slaughter i Larry, 1997; Alonso i Fernández, 2013; 2018; Fernández, 2017) o les corporacions professionals, consultories i experts (Berrebi-Hoffmann i Grémion, 2009; Vrancken i Macquet, 2012) exerceixen un pilotatge, directe o a distància, a partir del qual s'hi implanten o irradien els valors i les pràctiques de l'emprenedoria, que els subjectes socialitzats incorporen mitjançant processos de subjectivació (Serrano, 2016). La UE és una institució pública transnacional que, influïda per la lògica de la condició neoliberal, engega i realitza eleccions, planteja estratègies sincronitzades de cara a difondre, reforçar i fer possible, en la pràctica, la figura de l'emprenedor i l'emprenedoria, el model de la qual representa un factor estratègic per a les actuals empreses financiaritzades. Aquest paradigma de l'emprenedoria s'ha convertit en la icona de la desregulació en termes d'afinitat simbòlica i material amb aquest tipus d'empreses. És el facilitador del tipus de comportament i ensinistrament laboral més adient per a moure'n les idees i el capital.

Prestarem una atenció especial al període que s'obri després de la crisi de 2007, ja que ha sigut un moment convuls en el qual s'han intensificat les lluites ideològiques al voltant de les polítiques de protecció social. Les visions liberals partidàries de l'austeritat en aquest terreny s'han oposat a visions alternatives, la qual cosa s'ha materialitzat en programes concrets d'acció social i de política econòmica. Aquesta con-

frontació que ha tingut lloc en la UE s'ha resolt, de moment, amb l'avantatge de les posicions proausteritat. En tot cas, la crisi està resultant un període de reformulacions. Owen Jones (2014) ha nomenat «neoliberalisme 2.0» a aquesta mena de refundació del capitalisme neoliberal, que tot i viure moments d'incertesa en l'etapa inicial de la crisi, va ressorgir de les cendres l'any 2010 i va recompondre'n l'estructura amb una nova empenta cap a l'essència de l'empresa i els mercats lliures (sobretot dels mercats financers lliures). Aquest ús de la crisi per a reprendre impuls ja el va preconitzar, precisament, Milton Friedman (citada en Jones, 2014), qui expressava que només una crisi (real o percebuda) genera autèntics canvis i que quan se'n produeix una, allò impossible des d'un punt de vista polític passa a ser políticament inevitable. La nostra hipòtesi de partida és que avui l'agenda emprenedora s'ha convertit en «allò inevitable» i desplega una forta hegemonia.

Cal assenyalar que la difusió de l'emprenedoria s'emmarca en el context dels grans canvis sociolaborals actuals. En primer lloc, en el marc de la progressiva empresarització del treball assalariat en si mateix, amb un avanç de la individualització i la responsabilització, sobretot en treballs qualificats; en segon lloc, en la dissolució de les fronteres del treball assalariat a causa de la proliferació de noves figures laborals basades en el treball per compte propi. El treball assalariat, sobretot l'altament qualificat, està vivint aquest procés de reconceptualització des de la lògica emprenedora. Aquesta redefinició genera noves pràctiques i arquetips que impliquen un profund impacte en el món del treball.

En el primer apartat (I) ens endinsarem en el significat de la idea d'emprenedor i el paper que juga en la progressiva empresarització del concepte de treball. Posteriorment, dedicarem el següent apartat (II) a emmarcar aquesta idea en el context de l'Estratègia Europea 2020, on analitzarem el principal document dedicat a l'emprenedoria: *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the Entrepreneurial Spirit in Europe* (EAP). En l'últim apartat (III) ens acostarem a alguns programes i realitzacions concretes en el terreny de

l'emprenedoria que provenen de la UE-2020. Finalment, tancarem el text amb un capítol de conclusions.

APROXIMACIÓ AL SIGNIFICAT DE LA IDEA D'EMPRENEDORIA: ASPECTES TEÒRICS

Respecte de la idea de l'emprenedor, d'activació empenedora, caldria anar fins als inicis del capitalisme industrial per a rastrejar el paper de l'empresari en els precedents de l'economia política clàssica i els possibles reflexos en l'actualitat. Christian Laval (2015) ha analitzat com Cantillon o Say ja posaven en primera pla la figura de l'empresari com a model per a la vida de tothom; sobretot, en la seua opinió, dues de les seues dimensions més característiques: la dimensió heroica, d'empresa arriscada, i la dimensió de càlcul i racionalitat. Però més enllà de l'interés d'aquestes petjades en els orígens de l'empresari liberal, per tal de descriure l'ascens actual de l'emprenedor en el marc de la *condició neoliberal*, ens interessa detenir-nos en moments més recents (Feher, 2007; Foucault, 2007, Bröckling, 2015). En concret, en la formulació de la idea de *capital humà* per part d'alguns autors de l'Escola de Chicago. Aquests autors, fonamentalment Gary Becker, que va encunyar-ne el concepte, estableixen, en la dècada de 1960, la idea que tothom disposa d'un capital i s'esforça per rendibilitzar-lo. En tots els camps de la nostra existència, fem eleccions en termes de costos i beneficis, tant per guanyar diners com per millorar altres aspectes de la vida familiar i personal. Tots aquests comportaments formen part d'una mateixa funció d'utilitat que, finalment, és la de maximitzar la renda personal. Fins i tot en les decisions més transcendents, tot té un preu i és l'individu regit per aquesta funció d'utilitat qui decideix. Becker exposa aquest plantejament en el marc del neoliberalisme americà, que accentua el paper de l'individu en la presa de decisions i en el comportament econòmic. Cadascú ha de vetlar pel seu capital, ha de prendre les seues decisions, ha de protegir-se. No calen, per tant, aparells estatals ni regulacions perquè la societat funcione; n'hi ha prou que els individus s'esforcen, calculen les seues conductes i les seues estratègies de costos i oportunitats. En definitiva, han de compor-

tar-se com a empresaris, perquè és la millor manera de maximitzar temps i renda. La vida és un capital al qual cal traure el màxim partit. És l'«empresari de si mateix» que va analitzar Foucault (2007) i que ha tingut molta difusió en la literatura sociològica actual.

Seguint Michel Feher (2007), aquesta reformulació de Becker pertany encara a la matriu del liberalisme clàssic, que entén el capital humà com la maximització dels beneficis futurs, tal com també era entés el model d'empresari al llarg de la industrialització. No obstant això, a mitjan decenni de 1980 es produeix una novetat en la idea de capital humà que porta a un desenvolupament més concret que el que havia mantingut Becker. En el marc de la interpretació del sorgiment de la «condició neoliberal», que Feher considera que comporta una redefinició del món de l'empresa i del treball guiada per la financiarització, també es transforma la noció de capital humà. Més enllà d'un empresari de si mateix maximitzador de rendes futures, el capital humà en el context de la financiarització convida l'individu a concebre's com el gestor d'una cartera de conductes sobre les quals pren decisions, que posaran en valor o no l'individu en qüestió, guiades per la lògica de mostrar-se més atractiu, acreditat de cara a les empreses. La diferència que introdueix aquest empresari de si mateix financiaritzat és que cada vegada menys les seues decisions són guiades pel criteri d'obtenir rendes futures, que, d'altra banda, estan subjectes, cada vegada més, a processos d'incertesa. En el capital humà financiaritzat no n'hi ha prou d'adaptar de forma passiva el propi capital humà a les demandes de les empreses financiaritzades. Cal anticipar-s'hi, cal acreditar-se davant del mercat. Un mercat carregat d'incertesa en el qual no se sap quins seran els valors més profitosos. Tampoc ho saben les empreses. Per tant, cal esforçar-se per obtenir atractius; l'acreditació d'un mateix (a la manera de les agències d'acreditació) passa, almenys, per resultar creïble. En aquesta nova lògica financiaritzada del capital humà, no solament cal estar molt capacitats, sinó també preparats per al que encara no hi és.

Christian Laval ha descrit aquestes conductes com «ultrasubjectivització», és a dir, «interiorització de

la superació infinita de si en la cerca permanent i esgotadora d'un més enllà de si [...]. Amb aquesta reedició o progressió del capital humà el subjecte s'entén com una rèplica humana del capital: liquiditat, volatilitat, mutabilitat» (Laval, 2015: 29). La penúltima moda del desenvolupament personal, el *job crafting*, desvetla aquest paper del treballador com a inversor en si mateix, que ha d'*invertir* en el seu propi futur, saber reinventar-se, recombinar-se, reorientar el seu propi treball i traçar-hi, a sobre, un pla d'inversió.

Comportar-se com un emprenedor és la millor manera de llançar missatges sobre l'atractiu del capital humà propi en un període sense camins trillats. Steve Banks, professor de la Universitat de Stanford i pare del moviment Lean Startup, ressalta que n'hi ha molta teoria perquè les empreses ja creades funcionen, però quan les *start-up* són només una idea, no hi ha coneixement acumulat i s'imposen com a garantia d'èxit «la intuïció i l'art», que caldrà acompanyar posteriorment d'instruments de gestió (*El País*, 2014). Així, definit com a heroi visionari, artista i calculador, es presenta l'emprenedor del futur, que no ha de distar molt del treballador del futur. En el seu *best-seller*, *Prepara't: el futur del treball ja està ací*, la guru de les tendències laborals Lynda Gratton (2012) pronostica com a tendència fonamental per al món del treball un futur de microemprenedors que han de preparar-se sense descuidar el *networking* i la intel·ligència emocional.

Aquest ascetisme del rendiment físic, sentimental i empresarial és el que reclama el discurs dirigit a fer atractiu el capital humà, però caldria discutir amb detall la distància entre els discursos i els fets, la distància entre la retòrica de l'emprenedoria i l'aplicació real al món empresarial. Encara que aquest seria un objectiu massa ampli per a aquest article, sí que convé analitzar algunes contradiccions que es plantegen entre la reclamada ascési del jo davant de la realitat constatada de la precarietat en l'entorn del treball cognitiu sotmés a la lògica emprenedora. La ideologia del capital humà financiaritzat és un desestabilitzador del temps a curt, mitjà i llarg termini (Moruno, 2015). És un generador d'incertesa i de desigualtat: responsabilitza els individus de gestionar-se els riscos com

un fons de capital de risc i mistifica una presumpta igualtat d'oportunitats, que amaga les condicions socials reals en les quals es desenvolupen el capital humà i l'emprenedoria. A més, manté milions de joves universitaris en el que podríem anomenar el parany del capital humà o el parany de l'emprenedor: compleixen els mandats que els envia el capital humà de comportar-se com a empresa, però amb prou feines hi ha la certesa de poder arribar a ser-ho i poques són les persones escollides que finalment aconseguixen les recompenses promeses. El fons de capital de risc de Marc Andreessen, creador del primer navegador Mosaic i de Netscape, considerat una de les 100 persones més innovadores del món per la MIT Technology Review i qualificat ampul·losament com «l'home que va veure el futur», analitza tres mil projectes d'inversió anualment, inverteix en quinze. Deu fracassaran en un termini breu, tres o quatre es mantindran i, si hi ha molta sort, un podria convertir-se en un unicorn: només que això ocorreguera una vegada cada deu anys es multiplicaria per mil la inversió del seu fons de capital de risc. Hi ha 803 fons d'aquest tipus als Estats Units i el 2014 van invertir 48.000 milions de dòlars perseguint el somni de l'unicorn (Friend, 2015). És un somni similar al que persegueixen milers de postgraduats, als quals se'ls esperona a participar en el capital humà emprenedor.

EUROPA 2020 I LA REVOLUCIÓ EMPRENEDORA: LES GRANS LÍNIES I DOCUMENTS DE LA POLÍTICA EMPRENEDORA EN LA UE-2020

Com es concreta en els programes de la UE-2020 aquesta revolució emprenedora que estem descrivint? El document fonamental que assenta la idea d'emprenedoria en UE-2020 es titula *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the Entrepreneurial Spirit in Europe* (EAP), que és on es marquen les grans línies que articularan el foment de l'emprenedoria. Encara que aquest document dona continuïtat a la *Small Business Act*, ideada per a les pimes en 2008, el tractament monogràfic de la figura de l'emprenedor resulta innovador i, alhora, simptomàtic de les orientacions de la UE. En l'EAP ressonen els discursos d'èpica

empresarial que han caracteritzat les propostes de suport a la figura de l'emprenedor dels grans centres de negocis, escoles d'administració d'empreses i associacions empresarials com a solució a la crisi en aquests últims anys. Les declaracions dels responsables de la UE, com per exemple les del Comissari d'Indústria i Emprenedoria de la UE entre 2010-2014, Antonio Tajani, en el comunicat de premsa de la presentació de la iniciativa, són molt eloqüents: «Més emprenedors significa més ocupació, més innovació i més competitivitat. Convertir-se en emprenedor i convertir els projectes en realitat requereix molt de risc personal i esforç. Els emprenedors són els herois del nostre temps [...]. Suscitar una revolució empresarial és una tasca conjunta de la Comissió i dels estats membres, amb la qual s'han de comprometre a llarg termini»¹. La simetria d'aquestes expressions amb el discurs de l'heroi-emprenedor de les associacions empresarials s'assembla a la perfecció².

En la mateixa sintonia es troba la justificació de l'EAP, que la considera una necessitat prioritària per a eixir de la crisi de 2007 i dels revessos posteriors en l'ocupació. En l'obertura del document s'argumenta que la via emprenedora és l'eixida de la crisi; fins i tot se suggereix que la feblesa de la cultura emprenedora és la responsable d'aquesta crisi, ja que l'emprenedoria és garantia de creació d'ocupació i, alhora, de millor ocupabilitat per als treballadors. De fet, per a resoldre aquestes mancances, el primer pilar que l'EAP proposa és l'educació i la formació en matèria d'emprenedoria, per al qual es desplega tot un pla de xoc amb aliances amb institucions internacionals, com l'OCDE, pionera en la difusió de la idea d'emprenedoria a les escoles. Es pretén que aquesta difusió abaste tots els nivells

educatius i configure un *ecosistema* (terme d'ús freqüent en el document i en l'argot emprenedor) que connecte el món universitari amb el món de l'empresa, que vaja des del *teacherpreneur* en la primària (Arruti, 2016) fins a l'emprenedor universitari. En l'EAP s'obri la possibilitat d'integrar el finançament d'aquests projectes de formació dins del Fons Social Europeu, diferenciats del *Lifelong Learning Programme* (LLP), amb el qual s'incrementen les oportunitats i l'omnipresència de l'educació emprenedora.

El segon gran pilar de l'EAP és la creació d'un entorn facilitador per als emprenedors, format per un lot d'iniciatives que responen a les demandes clàssiques i reiterades de les organitzacions empresarials: finançament, fiscalitat, noves tecnologies, facilitats burocràtiques per a la creació i venda d'empreses, així com mesures de segona oportunitat per a emprendre. Quant al finançament, a més d'activar els fons propis de la UE, es pretén crear un mercat europeu de microfinançament i simplificar els procediments per a les petites empreses per tal d'obtenir fons del sector privat (miniobligacions, formes de finançament col·lectiu i facilitat d'accés a *business angels*). Respecte de les noves tecnologies, l'objectiu és ampliar la formació, la difusió i la sensibilització en l'ús de les noves tecnologies i, sobretot, en el desenvolupament de la ciberemprenedoria. Així mateix, la reducció de la burocràcia i de la càrrega normativa sembla estar entre les prioritats de l'EAP: la finestra única, la simplificació de tràmits i altres desregulacions han obert una carrera que persegueix reduir el cost i el temps de creació d'una empresa. Finalment, davant de l'elevat percentatge d'empreses fallides i perquè no decaiga l'esperit emprenedor dels *serial entrepreneurs*, l'EAP ha inclòs la segona oportunitat per a assegurar el talent dels soferts emprenedors.

El tercer pilar de l'EAP persegueix dos objectius: el primer és estendre'n l'acció a col·lectius exclosos o infrarepresentats en el món emprenedor, l'anomenat *inclusive entrepreneurship*, sobre el qual l'OCDE té experiència acumulada i ara es plasma en l'EAP. Aquesta emprenedoria inclusiva comprén el conjunt dels grups desfavorits «convencionals»: les dones, els majors, els

1 Declaracions consultades en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-12_es.htm.

2 Vegeu, per exemple, els informes del Cercle d'empresaris (2009): «L'esperit emprenedor: Element essencial per a afrontar la crisi econòmica espanyola». En la mateixa línia, es poden consultar les declaracions del degà de l'IE Business School, Santiago Íñiguez de Onzoño: «Els emprenedors seran els herois de la pròxima generació» (*El País*, 4/1/2015). Finalment, per citar-ne una última referència, es pot consultar la plataforma internacional de *networking* empresarial The Heroes Club, mentors de l'esperit emprenedor.

immigrants, els aturats i els joves. Per a tots ells s'hi articulen plans dirigits a afavorir la diagnosi per a engregar una empresa, la formació en plans d'empresa, l'educació emprenedora i la direcció d'empreses, així com l'accés a les finances i els sistemes de documentació i la difusió de bones pràctiques. El segon objectiu d'aquest tercer pilar és promoure i visibilitzar la figura de l'emprenedor, ja que l'EAP assenyala, de manera un poc sorprenent, que és una figura desacreditada, insuficientment coneguda, de la qual falten models i no valorada com una professió desitjable. Es preconitza una estratègia de comunicació positiva: crear un «dia de l'emprenedoria a la UE», nomenar emprenedors famosos de cada país «ambaixadors nacionals de l'emprenedoria» i, en general, intensificar les activitats de promoció de l'emprenedoria, de bona imatge i *business friendly*. Els redactors de l'EAP conclouen el document amb tota una apologia del món emprenedor: «Per això, un ampli debat públic, especialment en els mitjans, és essencial per a una revolució empresarial. Les institucions públiques i privades han de posar èmfasi en la importància social i econòmica de l'emprenedoria, no solament com una verdadera carrera, sinó també com un assumpte de gran interès nacional, europeu i internacional».

Resulta sorprenent que, tot i l'omnipresència de la figura de l'emprenedor en tots els mitjans de comunicació, els redactors de l'EAP insistisquen en aquest to apologetic envers la figura de l'emprenedor al llarg de tot el text i subratllen, precisament, el desconeixement de les beneficioses aportacions per a la societat. Des de l'inici de la crisi de 2007, l'entorn empresarial dels països de l'OCDE va reforçar la propaganda sobre la figura de l'empresari i de l'empresa. Es va deslligar un nou episodi del que Tomas Frank (2000, 2013) ha denominat populisme de mercat». Aquesta estratègia consisteix a glorificar, des de mitjans empresarials i en harmonia amb els partits polítics més afins, l'empresa i la figura de l'emprenedor per legitimar el model capitalista i, en concret, les seues institucions empresarials essencials. Aquesta és una estratègia ja repetida anteriorment i que, segons Frank, s'intensifica en períodes de crisi econòmica, quan es posa en qüestió la responsabilitat i la reputació de les empreses. El brot

de populisme de mercat viscut a partir de la crisi de 2007 es va concretar en una saturació de la figura de l'emprenedor en els mitjans de comunicació, en la construcció d'un relat on es presentava l'emprenedor com el salvador de l'economia, en la culpabilització de la crisi a altres instàncies, en el reforç del *lobby* empresarial i en la demanda de normativa i fons estatals orientats als interessos emprenedors. La figura de l'emprenedor s'ha presentat envoltada per un halo de progrés i innovació. L'emprenedor s'ha exhibit com un ciutadà compromés i amant de la llibertat, sobretot de la llibertat de mercat. Si atenem a la profusió de notícies i altres múltiples iniciatives (fires, llançadores d'empreses, revistes, programes televisius, beques, pràctiques, concursos, premis i convocatòries d'ajuda, entre d'altres), es podria constatar que la «revolució emprenedora» ja ha tingut lloc.

La UE s'ha obert a aquestes influències amb una proliferació de programes favorables a l'emprenedoria en el context de l'estratègia UE-2020. No és que amb anterioritat a la crisi de 2007 no hi haguera inclinacions *business friendly*, però a partir de llavors l'atmosfera emprenedora ha estat més orquestrada i articulada, com es dedueix de l'estructura de l'EAP. L'espai d'aquest text no és prou extens com per tractar amb detall tots els programes de la UE relacionats o les reaccions i la implantació de la idea de l'emprenedoria en països europeus. No obstant això, en l'apartat següent descriurem, breument, alguns casos de països europeus que han desenvolupat legislació nacional recent sobre emprenedoria en el context de l'estratègia UE-2020.

RESSÒ EMPRENEDOR EN DIVERSOS PAÏSOS DE LA UE

L'esperit emprenedor dels programes de la UE que hem descrit en l'apartat anterior no es reflecteix només en els programes propis sinó també en les normatives de cada país. En aquests anys han sigut nombroses les legislacions proemprenedores, la qual cosa permet començar a valorar-ne els efectes laborals. Tractarem breument els exemples de França, Portugal i Espanya. No es tracta ací de fer una anàlisi comparativa de les

dades, ni tampoc d'analitzar de manera exhaustiva cadascun dels casos que presentem. Simplement volem oferir suficient informació per a copsar les coincidències d'aquestes mesures emprenedores en diversos països europeus.

En el cas francès, es va desenvolupar molt prompte una legislació «de crisi» per al foment de l'emprenedoria. Es tracta del *statut d'auto-entrepreneur*, aprovat en 2009 i amb una expansió considerable des de llavors. En el preàmbul de la llei s'hi lloava la capacitat per a crear ocupació de qualitat, innovadora i generadora d'autonomia, per a ajudar als emprenedors. No obstant això, amb la perspectiva que dona el temps, des de la seua aplicació se n'ha anat desvetllant tot el potencial per expandir la precarietat laboral. Els efectes negatius reals que comporta aquesta llei han sigut descrits per Pereira (2010), Stevens (2012) o Abdelnour (2017): els ingressos dels joves autoemprenedors són molt baixos; els empresaris aprofiten per externalitzar processos, es desfan de mà d'obra i la substitueixen pels serveis d'un autoemprenedor, que, a més, es fa càrrec de les seues pròpies cotitzacions socials, la qual cosa suposa més estalvi per a l'empresari; tampoc existeixen costos d'acomiadament ni cap procediment administratiu després del cessament del servei. Socialment i laboralment, els autoemprenedors paguen car el fet de ser els seus propis caps: no tenen dret a subsidis de desocupació, es mouen en un espai pseudoempresarial en el qual els sindicats no poden prestar-los ajuda i s'hi troben aïllats.

Gràcies a l'alquímia del *statut d'auto-entrepreneur* (que converteix els possibles assalariats en subcontractistes barats), aproximadament un milió d'assalariats potencials s'han convertit en autoemprenedors. La interpretació dels especialistes sobre aquest augment de l'estatut de l'autoemprenedor és que fonamentalment serveix de refugi per a la desocupació i permet accedir a l'ocupació, encara que siga assumint la precarietat que comporta. S'aconsegueixen ingressos, però l'autoemprenedor perd drets, seguretat i protecció social. A això cal afegir l'autoexplotació i l'espiral de salaris a la baixa causada per la competició desenfrenada entre autoemprenedors per

oferir serveis a costos competitiu i, així, atraure les empreses més grans.

«Portugal Discovers its Spirit of Entrepreneurial Adventure», així titulava la revista Forbes un reportatge publicat l'agost de 2015. La coneguda revista descrivia la sorprenent rapidesa amb què ha arrelat la cultura emprenedora a Portugal. Iniciatives privades i públiques es multipliquen i donen peu a nombrosos projectes, com el *Lisbon Challenge*, que va ser reconegut com un dels cinc «acceleradors» de *start-up* més actius d'Europa (Coleman, 2015). Però aquesta inclinació cap a l'emprenedoria no és nova a Portugal: ja des dels primers anys vuitanta l'Instituto de Emprego e Formação Profissional, el servei públic nacional d'ocupació, té un llarg historial de programes orientats a l'eixida de la desocupació per la via de l'emprenedoria. Al llarg dels anys, aquests programes han deixat darrere de si una important quantitat de treballadors portuguesos enquadrats en el *trabalho independente*: segons les dades de l'Instituto Nacional de Estatística, els treballadors independents representen prop del 22% del total de la població activa portuguesa. Aquests treballadors independents són coneguts a Portugal popularment com «recibos verdes», en referència al color del talonari de factures que han d'emplenar per donar-ne compte de l'activitat professional. Els *rebutos verds* han sigut considerats per diferents autors (Soeiro, 2014; Matos, Domingos i Kumar, 2012) com el principal mecanisme de precarització del mercat laboral a Portugal. Aquest mecanisme es basa, entre d'altres, en l'extensió de la pràctica coneguda com a «falsos rebuts verds», que consisteix a substituir treballadors assalariats per treballadors independents, que facturem únicament per a una empresa. Aquesta pràctica ha provocat una forta contestació social, encapçalada per moviments com *Geração à Rasca*, *Precários Inflexíveis* i *Fartas/os d'Estes Recibos Verdes*.

En aquest context, el govern portugués va aprovar el mes de desembre de 2011 el Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação (PEEI). Aquest programa s'enquadra en l'estratègia UE-2020 i els seus objectius principals són la creació d'una «societat més emprenedora», incrementar el nombre d'empreses in-

novadores, situar Portugal en les xarxes internacionals d'emprenedoria i innovació i, finalment, augmentar les inversions estrangeres en el país lusità. Mitjançant accions com el Passaporte para o Empreendedorismo, la Rede Nacional de Mentores i el Programa de Ignição, el PEEI intenta estimular l'emprenedoria i ampliar les «competències emprenedores» dels portuguesos. És significatiu que el màxim òrgan de coordinació d'aquest pla estiga format pel primer ministre i per una comissió formada per reconeguts empresaris vinculats a fons de capital de risc, viviers d'empreses i altres iniciatives relacionades amb l'ecosistema emprenedor. Mitjançant el PEEI, a més de complir l'UE-2020, es pot intuir que el govern de Portugal ha intentat aprofundir en la penetració de la nova doctrina de l'activació i l'emprenedoria. Malgrat la forta contestació que han tingut els *rebuts verds* (que va provocar una iniciativa legislativa popular que es va debatre l'any 2016 en el parlament portugués) (Soeiro 2014; Estanque, Costa i Soeiro, 2013), el govern portugués ha introduït plenament Portugal en la lògica emprenedora, però sense tenir en compte l'escàs èxit de l'emprenedoria en la reducció de la precarietat que arrossega el país, que en bona mesura és fruit d'aquesta mateixa lògica que l'executiu lusità s'obstina a practicar.

El cas espanyol guarda semblances amb el francès. En 2013 es van presentar l'Estratègia d'Emprenedoria i Ocupació Juvenil 2013/2016 (EEOJ) i la Llei de suport als emprenedors i la seua internacionalització (LE). Tots dos textos han sigut produïts en el context de l'actual crisi econòmica i impulsats per l'auge simbòlic de la figura de l'emprenedor. Tant l'EEOJ com la LE fan referència, en l'exposició de motius, a la situació alarmant de l'atur a Espanya. Crida l'atenció la naturalitat amb què plantegen la solució emprenedora, la normalització del fet de «crear-se el seu lloc de treball» com l'única eixida a l'atur. Tots dos textos comparteixen la idea (preconcebuda) que a través del foment de l'emprenedoria s'avançarà en la creació d'ocupació. No obstant això, aquesta relació, aparentment automàtica, no es confirma en les anàlisis de context que acompanyen tots dos textos: més aviat, al contrari, s'hi assenyalen

les dificultats relacionades amb l'ocupació que s'estan produint en el món de les petites empreses i dels autònoms (dificultats en la concessió de crèdits, mortalitat empresarial, poca capacitat de generar ocupació, acomiadaments, dificultats burocràtiques, entre d'altres).

Les principals mesures que l'EEOJ dedica a la promoció de l'emprenedor són, en primer lloc, l'anomenada «tarifa plana per a autònoms», consistent en bonificacions durant el primer any per als joves que es donen d'alta en el Règim Especial de Treballadors Autònoms. En segon lloc, es compatibilitza la prestació per desocupació amb l'inici d'una activitat per compte propi i s'amplien les possibilitats de capitalitzar la prestació per desocupació quan es destine a participar en una societat mercantil. En tercer lloc, es proposa el programa denominat Emprén amb Xarxa, que permet que l'emprenedor que fracassa retorne al cobrament de les prestacions de desocupació. Hi ha també mesures destinades a l'assessorament i, finalment, es crea un tipus de contracte, Contracte Generacions que bonifica els emprenedors que contracten un aturat major de 45 anys.

Aquestes mesures han despertat ja algunes crítiques, com són les referides a la «tarifa plana», clarament insuficient per als objectius d'iniciar, amb garanties, una activitat emprenedora. Amb aquesta mesura es transmet la idea que qualsevol persona pot llançar-se a ser emprenedora, però després no es donen les condicions reals perquè siga així. Respecte de les altres mesures (compatibilitzar el cobrament de la prestació per desocupació amb el desenvolupament d'una activitat emprenedora i «Emprén amb Xarxa»), tornen a transmetre un missatge desesperat als aturats per tal que es creen el seu lloc de treball. La primera afavoreix, fins i tot, l'aparició d'un enrevessat estatus en el qual es pot ser alhora aturat que cobra la seua prestació i emprenedor. La segona permet tornar a cobrar la prestació per desocupació, si es fracassa en l'activitat empresarial. En un reconeixement implícit de les seues limitacions, l'EEOJ demostra amb aquesta mesura la seua falta de confiança en el procés d'emprendre i perfila una depriment carrera farcida de

fracassos i frustracions: es fracassa com a empleat i es cau en l'atur, es fracassa de nou com a emprenedor, però sempre queda tornar a la condició d'aturat.

A la vista dels arguments anteriors, el model d'emprenedor que dibuixa l'EEOJ dista bastant del perfil creatiu i innovador que sol acompanyar la presentació pública de la figura de l'emprenedor. L'EEOJ acaba projectant una imatge no tan lluenta com pretenen els seus enunciat: hi apareixen paraules clau del món emprenedor, però es perfila la figura de l'emprenedor per necessitat, un emprenedor per la força, destinat a cobrir activitats de poca qualificació. No ens trobem davant de l'arquetip d'emprenedor creatiu sinó més aviat davant *lumpenemprenedors*, que cobreixen activitats de menor valor afegit. Els falsos autònoms són un clar precedent d'aquestes dinàmiques de precarització des de fa dues dècades, però en les noves versions autoempresarials es fa un pas endavant qualificant de manera ampul·losa el fet autònom com a «empresarial».

CONCLUSIONS

Arribats al final d'aquest article, podem destacar tres idees com a conclusió provisional. La primera és que la figura de l'emprenedor estén avui la seua influència amb una rapidesa aclaparadora. Aquest terme amb múltiples usos s'associa ja amb la denominació d'un actor econòmic del món institucional de l'empresa, amb una forma d'adjectivar el treball, amb una política d'ocupació activadora, amb una aptitud davant del coneixement i la tècnica i, fins i tot, amb una actitud davant de la vida. La figura de l'emprenedor no es presenta com una mera figura econòmica sinó com una forma de vida que ens encamina cap a una societat empresarial on allò jurídic o polític, font de drets i deures, és desplaçat per la gestió individual de la vida com si fora una empresa. El que envolta l'emprenedor és presentat amb un llenguatge captivador, on es reserven per a *l'homo-emprenedor* qualitats com la passió, la visió o l'esperit. La idea que cadascú s'ha de crear el seu lloc de treball s'ha popularitzat i promet compartir

totes les virtuts anteriors amb qui seguisca la senda emprenedora. Aquest és el llenguatge predilecte de les publicacions empresarials que habita també en els documents de la UE-2020 que hem analitzat.

La segona idea és que la UE difon i recolza aquest esperit emprenedor i hi dona cabuda en els seus programes. En aquest article, hem vist amb detall el document *Entrepreneurship 2020 Action Plan* (EAP) i les accions que conté. A través d'aquesta estratègia s'aferma la construcció d'un mercat ordenat, poblat per actors empresarials autoritzats i ajustats a la norma, i es projecta una política marc favorable a l'empresa i a la lliure competència. Les institucions públiques s'obrin, així, a la competitivitat i l'estableixen com la base de l'ordre polític. El més rellevant d'aquest procés, com han argumentat Dardot i Laval (2016), és la forma com es construeixen aquestes normes de mercat en la UE. No s'elaboren a través de la discussió parlamentària sinó mitjançant mecanismes tecnocràtics que reforcen el mercat i creen una estratègia supranacional d'imposició de normativa que es difon en l'interior de la UE. Aquest ordre superior genera homogeneïtat entre països membres i fins i tot permet als governs nacionals evitar el treball brut de lluitar contra les resistències que a cada país puga comportar aquest procés d'imposició del mercat. Aquest procés inhibeix la construcció europea basada en la cooperació política o en la solidaritat social i implanta un govern tecnocràtic, basat en l'imperi de la norma subjecta a la lògica mercantil, amb un cos burocràtic de funcionaris, jutges i sancions. És la governança en el procés de fabricació de decisions el que presenta avui un gran interès. Didier Georgakakis (2012), en la seua sociologia del personal de la UE, Sylvain Laurens (2015), amb les seues «microcomunitats» entre buròcrates de la UE i el *lobbying* empresarial, o els anteriorment citats Dardot i Laval (2016) ofereixen pistes valuoses sobre els arranjaments tècnics a través dels quals els alts funcionaris i els cossos tècnics dels bancs centrals, les direccions econòmiques i financeres dels països de l'eurozona i de la UE disposen el cos normatiu. Aquests grups comparteixen una mateixa formació basada en els patrons del grup dirigent transnacional sota influx dels Estats Units, amb un saber/poder d'imposició de normes, establiment de criteris estadístics i de mesura

i control tecnocràtic de la norma econòmica com a prioritària. El «gentil monstre de Brussel·les» del que parlava Enzensberger (2012) maquina en l'actualitat rere l'aparença creativa de l'emprenedor.

La tercera idea és que les promeses del règim emprenedor estan lluny de constituir una resposta que aplaques la precarietat i lluny de poder (com anuncien els documents de la UE que hem analitzat) portar-nos a una societat competitiva, basada en el coneixement, el talent i la cohesió social. En la realitat concreta, per a molts treballadors independents, *freelancers*, autònoms i xicotets empresaris, l'esperit emprenedor suposa canviar la precarietat per compte alié d'un mercat de treball en crisi per la precarietat per compte

propi de l'emprenedor per necessitat. L'excel·lència i l'èxit emprenedor solament es donen en algunes circumstàncies, que sempre afavoreixen els millors avinguts, que es mouen amb molts suports en entorns desterritorialitzats, transespacials i que poden arriscar en moments en què el risc és assumible. Per contra, per a la majoria, és necessari treballar en entorns locals, subjectes a projectes concrets dels quals depèn la sort professional. Això comporta més flexibilitat i més riscos sense grans expectatives. Els *autoemprenedors* francesos, els *recibos verdes* portuguesos i els autònoms espanyols són la cara B de la lògica *start-up* unicorn. En l'univers dels emprenedors, només brillen algunes superestrelles que oculten la presència d'un món *lumpenemprenedor* que hi ha al darrere.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Abdelnour, S. (2017). *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*. París: PUF.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. (2013). Los discursos del management: Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak. Revista de relaciones laborales*, 28, 42-69.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. (2018). *Poder y sacrificio: Los nuevos discursos de la empresa*. Madrid: Siglo XXI.
- Arruti, A. (2016). El desarrollo del perfil del «teacherpreneur» o profesor-emprenedor en el currículum del grado de Educación Primaria: ¿Un concepto de moda o una realidad? *Contextos educativos: Revista de educación*, 19, 177-194.
- Berrebi-Hoffmann, I. i Grémion, P. (2009). Élités intellectuelles et réforme de l'État: Esquisse en trois temps d'un déplacement d'expertise. *Cahiers internationaux de sociologie*, 26(1), 39-59.
- Bourdieu, P. (1999). *Contrafuegos: Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona: Anagrama.
- Bröckling, U. (2015). *El Self Emprendedor: Sociología de una forma de subjetivación*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Bruno, I. i Didier, E. (2013). *Benchmarking: L'État sous pression statistique*. París: Éditions La Découverte.
- Coleman, A. (23 d'agost de 2015). Portugal Discovers Its Spirit Of Entrepreneurial Adventure. *Forbes*. Recuperat el 28 de març de 2017 de <https://www.forbes.com/sites/alisoncoleman/2015/08/23/portugal-discovers-its-spirit-of-entrepreneurial-adventure>
- Cordero, D. (23 de març de 2014). Un plan de negocio es inútil en una startup. *El País*. Recuperat de http://economia.elpais.com/economia/2014/03/21/actualidad/1395424206_595886.html
- Dardot, P. i Laval, Ch. (2016). *Ce cauchemar qui n'en finit pas*. París: Éditions La Découverte.
- Dixon, Keith (1998). *Les évangélistes du marché*. París: Raisons d'Agir Éditions.
- Enzensberger, H. M. (2012). *El gentil monstruo de Bruselas o Europa bajo tutela*. Barcelona: Anagrama.
- Estanque, E., Costa, H. A. i Soeiro, J. (2013). The New Global Cycle of Protest and the Portuguese Case. *Journal of Social Science Education*, 12(1), 31-40.
- Feher, Michel (2007). S'apprécier, ou les aspirations du capital humain. *Raisons politiques*, 28(4), 11-31.
- Fernández, C. i Medina-Vicent, M. (2017). Los nuevos discursos del management: Difusión, impactos y resistencias. *Recerca: Revista de pensament i anàlisi*, 20, 7-14.
- Frank, Th. (2000). *One Market Under God*. Nova York: Anchor Books.

- Frank, Th. (2013). *Pobres magnates*. Madrid: Editorial Sexto Piso.
- Friend, T. (2015, maig 18). Tomorrow's Advance Man. *The New Yorker*. Recuperat de <http://www.newyorker.com/magazine/2015/05/18/tomorrows-advance-man>
- Foucault, Michel (2007). *Nacimiento de la biopolítica: Curso del Collège de France (1978-1979)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Georgakakis, D. (Dir.) (2012). *Le champ de l'Eurocratie: Une sociologie politique du personnel de l'UE*. París: Economica.
- Gratton, L. (2012). *Prepárate: el futuro del trabajo ya está aquí*. Madrid: Galaxia Gutemberg.
- Hibou, B. (2012). *La bureaucratización del mundo a l'ère néolibérale*. París: Éditions La Découverte.
- Jones, O. (2014). La política de la envidia. *La Maleta de Portbou*, 7.
- Laval, C. (2015). La precarietà come «arte di vivere» nell'epoca neoliberalista. En Contarini, S. i Marsi, L. (ed.), *Precariato. Forme e critica della condizione precaria*. Verona: Ombre corte.
- Laurens, S. (2015). *Les courtiers du capitalisme. Milieux d'affaires et bureaucrates à Bruxelles*. Marsella: Agone.
- Matos, J. N., Domingos, N. i Kumar, R. (2012). *Precários em Portugal: entre a fábrica e o call center*. Lisboa: Le Monde Diplomatique.
- Moruno, J. (2015). *La fábrica del emprendedor*. Madrid: Akal.
- Pereira, I. (2010). Du salariat à l'auto-entreprenariat: vers plus de liberté ou vers plus d'exploitation? *Sud Cultures Solidaires*. Recuperat el 27 de març de 2014 de <http://sud-culture.org/expressions/spip.php?article1006>
- Serrano, A. (2016). Colonización política de los imaginarios del trabajo: la invención paradójica del «emprendedor». En E. Gil Calvo (ed.), *Sociólogos contra el economicismo*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Slaughter, S. i Larry L. (1997). *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Soeiro, José (2014). De Geração à Rasca a Que Se Lixe a Troika: Portugal en el nuevo ciclo de protestas internacionales. *Sociologia*, 28, 55-79.
- Stauber, J. i Rampton, S. (2004). *L'industrie du mensonge: Relations publiques, lobbying et démocratie*. Marsella: Agone.
- Stevens, H. (2012). Le régime de l'auto-entrepreneur: Une alternative désirable au salariat? *Savoir/Agir*, 21, 21-28.
- Vrancken, D. i Macquet, C. (2012). Focus – Du travail sur soi au gouvernement de soi. *Informations sociales*, 169, 76-79.

NOTA BIOGRÀFICA

Antonio Santos Ortega

Doctor en Sociologia i professor titular del Departament de Sociologia i Antropologia Social de la Universitat de València, ha realitzat recerques sobre joventut, desocupació i precarietat laboral, amb publicacions en *Sociología del Trabajo* (<https://recyt.fecyt.es/index.php/sociologiatrabajo>), *Sociologia del Lavoro* o *International Review of Sociology*. Forma part del consell assessor de *Quaderns de Relacions Laborals* i de la revista *Arxius de ciències socials*.

David Muñoz Rodríguez

Doctor en Sociologia i professor ajudant doctor en el Departament de Sociologia i Antropologia Social de la Universitat de València. Les seues línies de recerca són els processos de precarització vital, la joventut, els moviments socials i les polítiques públiques. Ha publicat sobre aquests temes en revistes com *REIS: Recerca i sociología del trabajo*, entre d'altres.



Emprendre com a estil de vida. L'*actitud* en les dinàmiques laborals de treballadors del *fitness* i de l'entreteniment infantil (Córdoba, Argentina)*

María Inés Landa

CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

landa.mi@gmail.com

ORCID. 0000-0003-2668-0596

Gustavo Blázquez

CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

gustavblazquez3@hotmail.com

ORCID. 0000-0001-7587-4982

Cecilia Castro

CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

cecicastro49@hotmail.com

ORCID. 0000-0002-0985-995X

Rebut: 16/03/2018

Acceptat: 21/11/2018

RESUM

En el marc de les nostres investigacions, la figura de l'emprenedor i les modulacions d'aquesta emergien com a significant rellevant en les enunciacions dels agents entrevistats i en el material textual i digital que circula pels espais de recreació i entreteniment rellevats. Per això, aquest article aprofundeix en les operatòries d'aquest estil de vida particular per mitjà d'una anàlisi de les *performances* i les pràctiques dels propietaris i treballadors de sales d'entreteniment infantil i gimnasos de *fitness*. Així doncs, en la introducció, s'ofereix una contextualització espaciotemporal de l'escenari polític i econòmic en què es desenvolupen els serveis que van constituir els nostres casos d'estudi. A continuació, presenta algunes trames conceptuals que atribuïm a l'estil empenedor i desenvolupa les dinàmiques culturals i històriques per mitjà de les quals aquestes empenedories es van configurar com a espais —per al cultiu del cos i l'alegria— d'un públic identificat amb la classe mitjana argentina. L'enfocament va privilegiar les regularitats que emergien de la posada en relació d'ambdós casos; no obstant això, també destaca les particularitats que feien als ordres simbòlics de cada dispositiu cultural. En les semblances i les diferències, els casos analitzats van permetre observar com es formava un exèrcit d'emprenedors quotidians virtuoses, generalment joves, que havien de tenir *actitud* i fer servir tota la creativitat per a cultivar un estil de vida a l'encalç de la seua reproducció econòmica i social. Emprendre com a estil de vida comportava tenir *actitud*.

Paraules clau: governabilitat neoliberal, modulacions subjectives, economia de serveis, actitud, gimnasos de *fitness*, sales d'entreteniment infantil.

* Aquest article s'ha elaborat en el marc de la tasca d'un dels autors al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas i la Xarxa INCASI, un projecte europeu que ha rebut finançament del programa de la Unió Europea Horizon 2020 dins de la beca Marie Skłodowska-Curie (GA Núm. 691004), coordinat pel Dr. Pedro López-Roldán.

ABSTRACT. *Entrepreneurial lifestyle: The role attitude plays in the labour dynamics of fitness and children's entertainment workers (Córdoba, Argentina).*

Within the framework of our research, the entrepreneur and variations on this concept emerged as a meaningful theme in agents' statements, and in the textual-digital material circulated in the recreation and entertainment spaces we surveyed. That is why this paper delves into the actions of the lifestyle through an analysis of the performances and practices of owners and workers in children's party venues, and in fitness gyms. The paper's introduction offers a spatio-temporal contextualisation of the political and economic scenario in which the services covered by our case studies were supplied. We go on to present some conceptual plots that we attribute to the entrepreneurial lifestyle and then proceed to examine the cultural and historical dynamics through which these businesses were set up as places for cultivating both bodily well-being and joyfulness — things with which part of Argentina's middle class identifies.

While our approach stresses emerging patterns linking both cases, it also highlights the special factors shaping the symbolic features of each cultural facility. The similarities and differences found between the two cases revealed how a host of entrepreneurs (usually young people) is spawned. These youngsters need certain attitudes and creative skills so that they can pursue their social and financial goals. Entrepreneurship as a lifestyle presupposes certain attitudes.

Keywords: neo-liberal governmentality, subjective modulations, service-based economy, attitude, fitness gyms, children's party venues.

SUMARI

- Introducció
- Algunes consideracions sobre les modulacions subjectives del present
- Les empenedories de la cultura del *fitness*
- Cuentapropistas*¹ de la felicitat infantil
- Algunes diferències i una mateixa *actitud*
- Consideracions finals

Autor per a correspondència / Corresponding author: María Inés Landa. Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS – CONICET y UNC). Avenida Valparaíso S/N CP. 5000. Ciudad Universitaria. Córdoba (Argentina).

Citació suggerida / Suggested citation: Landa, M. I. Blázquez, G. i Castro, C. (2019). Emprendre com a estil de vida. *L'actitud* en les dinàmiques laborals de treballadors del *fitness* i de l'entreteniment infantil (Córdoba, Argentina). *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 27-44. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.3>

INTRODUCCIÓ

El model d'acumulació que es va instal·lar a l'Argentina a partir de la dècada dels noranta va comportar una gran apertura comercial i financera als mercats internacionals. «Som el Primer Món», afirmava Carlos

Menem, president de la República entre 1989 i 1999². El «nou» model, que ja s'havia posat en funcionament durant l'última dictadura militar argentina (1976-1983), incloïa la liberalització del sector financer, la sobrevaloració del tipus de canvi —segons l'anomenada

1 Segons el *Diccionario de la Real Academia Española*, aquesta paraula és un argentinisme i designa la persona que viu del seu propi negoci i desenvolupa paral·lelament altres activitats laborals (N. de l'E.).

2 Al llarg del text, s'indiquen citacions textuais o es relativitzen conceptes d'ús comú. La tipografia itàlica es fa servir per a termes en llengua estrangera i per a indicar frases recollides durant el treball de camp. Procurem desenvolupar un llenguatge inclusiu. Tanmateix, per tal de no dificultar el procés de lectura, recorrem a l'ús del masculí sense dur a terme una distinció de gènere.

Llei de convertibilitat, un pes argentí equivalia a un dolar nord-americà—, la venda de les empreses estatals i l'ingrés de capitals estrangers. Aquestes polítiques van abaratir notablement els béns importats, van restar competitivitat als productes locals i van acabar hostilitzant les indústries nacionals.

De manera complementària, es va implementar un pla de reformes jurídiques en l'àmbit laboral que va habilitar la conformació d'un escenari avantatjós en matèria de contractació i acomiadaments de recursos humans, que va impactar de manera positiva en el creixement del sector empresarial multinacional (Pierbattisti, 2008; Del Bono, 2002).

El constructe *ocupabilitat* es va erigir com un component clau en el procés esmentat fins que va produir una mutació epistemològica en les maneres de concebre i regular l'ocupació a l'Argentina (Pierbattisti, 2008: 34). Entre altres aspectes, el pas d'una ocupació percebuda «de per vida» a una altra que camina per la incertesa, la subcontractació i la precarietat és tributari d'aquestes decisions legals, polítiques i econòmiques. També s'hi van establir les bases simbòliques i estructurals per a l'emergència d'un model de treballador, «l'emprenedor», adaptable i rendible al règim de producció flexible que es va assajar en diverses organitzacions de l'època.

D'altra banda, l'aplicació de polítiques de descol·lectivització social, l'augment de l'atur, el deteriorament de les condicions de treball i la privatització de serveis públics van produir una segmentació creixent de la població argentina (Svampa, 2005). Al llarg dels noranta, sectors de la classe mitjana argentina tradicionalment estables van patir un procés de pauperització inèdit (Minujín, 1992; Minujín i Kessler, 1995) i es va conformar un estrat social híbrid que Minujín i Anguita (2004) van anomenar «nous pobres». Mentrestant, un altre sector d'aquesta classe mitjana en transformació, el «mig innovador», es va beneficiar del conjunt de transformacions politicoeconòmiques (Aguirre, 2004; Beltrán i Miguel, 2011; Svampa, 2001).

Diferents estudis van posar l'atenció en espais de significació nous per a un sector específic de la classe

mitjana i indicaven escolaments en les sociabilitats d'aquests grups socials a partir de la creació d'una «xarxa socioespacial» que va intensificar la bretxa humana (Svampa, 2004: 61-62). Treballs com els de Svampa (2001, 2004), sobre els barris privats i *countries*, o els de Wortman (2003), sobre els consums culturals, reten compte de les pràctiques de consum i urbanes emergents en el sector mitjà ascendent d'aquella època.

En aquest context, les formes de consum van reforçar la capacitat de distinció i diferenciació per a ambdós pols de la complexa classe mitjana argentina. Incorporar-hi determinades mercaderies i dissenys, així com disposar del capital i el temps lliure per al consum d'un oci mercantilitzat, mostrava el caràcter cosmopolita i contemporani que els subjectes procuraven construir i experimentar com a real. Les grans ciutats van veure com s'erigien els *shopping centers*, temples nous per a la pràctica i la massificació del consumisme. A Córdoba, per exemple, una escola estatal centenària al centre de la ciutat es va transformar en un gran centre comercial. Vacances a l'estranger i viatges de compres a Miami, festes exclusives, cotxes importats i indumentàries de marques internacionals reconegudes, van ser part de la nova iconografia del disseny. «Deme dos» i «Pizza y champagne» es van transformar en lemes d'aquells temps neoliberals de final de segle.

Aquesta plataforma cultural, política, jurídica i econòmica va influir positivament en la creació i el desenvolupament d'un sector productiu nou entre les classes mitjanes que s'enfrontaven a la possibilitat certa del descens social. Desitjoses per sostenir estàndards de vida determinats, empreses multinacionals van reclutar determinats subjectes com a recursos humans qualificats a baix cost o es van convertir en *cuentapropistas* (Del Bono, 2002). Alguns van desenvolupar activitats que tendien a satisfer les necessitats i les exigències d'una porció minoritària de la població, àvida per consumir un estil de vida actiu, esportiu, així com altres experiències culturals vinculades amb la mercantilització de l'esfera de l'entreteniment, la diversió i el temps lliure (Aguirre, 2004; Blázquez, 2012; 2016; Castro, 2016; Duek, 2006; Landa, 2009a; 2009b; 2011a; Wortman, 2003).

El paradís del consum muntat sobre les fantasies de l'èxit i la felicitat es va dissipar davant dels efectes negatius d'un model regit pels imperatius del mercat, la competència i la flexibilitat laboral. La crisi politicoinstitucional i econòmica de 2001 i la sortida dràstica de la convertibilitat van marcar un final per als somnis, esdevinguts malsons, de la dècada dels noranta (Beltrán i Miguel, 2011; Ciuffolini, 2008).

En els anys posteriors, durant les presidències de Néstor Kirchner (2003-2007) i Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), va emergir una forma de govern que alguns autors van identificar, per la retòrica inclusiva, com a «neodesenvolupista» (López i Vértiz, 2012). No obstant això, com evidencia un conjunt de recerques —més enllà dels canvis introduïts—, la modulació subjectiva del neoliberalisme, amb l'èmfasi en la creativitat, la felicitat i la figura de l'emprenedor, va persistir en diverses trames simbòliques de la societat argentina.³

Segons Beltrán i Miguel (2011: 244), l'impacte de les transformacions globals, la situació econòmica de les últimes dècades i la posició delicada de les classes mitjanes durant els anys noranta van ser condicions de possibilitat per a l'emergència d'un «esperit emprenedor» en un conjunt de joves creatius que va desenvolupar la seua activitat laboral en l'àmbit de la producció cultural. Per la nostra banda, a partir de recerques fetes a la ciutat de Córdoba (Blázquez, 2016; Blázquez i Castro, 2015; Castro 2016; Landa, 2011a, 2016), trobem la formació durant les primeres dècades del segle XXI, d'un «estil de vida emprenedor», el cultiu del qual permetia que joves treballadors de classes mitjanes ingressaren en el mercat laboral a partir de la producció de serveis associats amb el benestar i l'oci recreatiu.

En aquest article continuem explorant les modulacions subjectives de l'emprenedor en escenaris travessats per la governamentalitat neoliberal, particularment en relació amb l'emergència d'un estil de vida que conjuga la procura del plaer amb la gestió de si (Bröckling, 2015). En funció d'això, presentem, en primer lloc, algunes trames conceptuals que organitzen les nostres hipòtesis sobre com aquest estil de vida actualitza dinàmiques de «subjectificació» característiques de la forma de govern neoliberal (Rose, 2003: 251).⁴ Amb aquesta bastimentada teòrica, analitzem el desenvolupament d'un món del *fitness* i de sales d'entreteniment destinades a la celebració d'aniversaris infantils a la ciutat de Córdoba des de finals de la dècada dels vuitanta, i ens centrem en qui produïa les activitats que s'hi oferien. Posteriorment, a partir d'una anàlisi de les diferències i regularitats entre aquests productors, vam reconèixer una «*performance* virtuosa» (Virno, 2005), valorada positivament en ambdós mons, que els subjectes anomenen *actitud*.

Característica de l'estil de vida emprenedor, aquesta *performance* implicava la disposició presta i alegre del treballador per a atendre les demandes dels clients i les seues pròpies. Com a «transformance» (Schechner, 2000: 13), l'*actitud* modificava la relació oci-treball i (re)produïa agents capaços d'incorporar-se de manera exitosa, creativa i alegre a una economia de serveis. Segons analitzem cap al final de l'article, qui participava en la producció dels mons estudiats, constrets pels processos de flexibilització laboral en expansió des de la dècada dels noranta i emparant-se en l'emergència de la figura de l'emprenedor pròpia del segle XXI, feia impacte en l'«esperit» del capitalisme actual. Emprendre com a estil de vida comportava tenir *actitud*.

3 Algunes recerques que van abordar manifestacions subjectives de l'emprenedoria a l'Argentina posterior a 2001 són les següents: Bayardo, 2015; Beltrán i Miguel 2011; Blázquez, 2016; Castro, 2016; Grinberg, 2009; Landa, 2011a; 2014; 2016; Landa i Marengo, 2010; 2012; 2016; Papalini, 2015, entre d'altres.

4 Rose (2003: 251) proposa el neologisme *subjectificació* per a designar processos de configuració de determinat tipus de subjecte. Ens interessa la manera dinàmica en què aquest concepte prefigura aquesta entitat inestable a partir de la posada en relació de les nocions de *subjecció* i *subjectivació* com a instàncies indiscernibles.

ALGUNES CONSIDERACIONS SOBRE LES MODULACIONS SUBJECTIVES DEL PRESENT

La consolidació de les polítiques del neoliberalisme en el món del treball ha redundat en un conjunt de transformacions de caire subjectiu que redefeixen el repertori d'aptituds, *actituds* i competències que determinen la incorporació del «factor humà» al procés productiu (Dejours, 1998). L'imperatiu de l'«empresari de si» —un agent autoproduït, adaptatiu, font dels seus propis ingressos, creatiu i afectivament compromès amb la companyia (que és ell mateix)— es configura com a símbol icònic de i per a aquells grups socials capaços d'afrontar exitosament les exigències funcionals i econòmiques dels diagrames del present (Landa i Marengo, 2016).

Aquesta manera subjectiva pertany a la teorització biopolítica de l'últim Foucault (2007), específicament quan estudia l'operació que va introduir la governamentalitat anarcoliberal en fer convergir la racionalitat ordoliberal amb la teoria del capital humà. Per al filòsof francès, la idea d'allò humà com a capital, com a recurs, és la condició de possibilitat per a l'emergència d'una vida definida en termes d'empresa i per a la ramificació sense precedent de la seua forma cap a espais que històricament s'havien interpretat com a íntims i, per tant, com a «no econòmics». Efecte d'aquesta operació és la conformació d'un model subjectiu, la vida del qual és susceptible de ser governada i controlada, de manera integral, a partir de principis econòmics i que en el marc de la governamentalitat neoliberal nord-americana es representa darrere de la figura paradigmàtica de l'*homo oeconomicus* com a «empresari de si» (Foucault, 2007: 264-265).

D'altra banda, Boltanski i Chiapello (2002), en l'estudi sobre aquest «nou esperit del capitalisme», identifiquen que l'organització en «xarxa» de la societat contemporània, i particularment del món productiu, requereix tant a *managers* com a treballadors la incorporació de l'adaptabilitat, el canvi, la comunicació i la creativitat com a recursos imprescindibles per a sostenir una trama vital que es concep com una successió de projectes en renovació constant. La presència d'aquesta sèrie d'atributs entre els operaris d'una planta fabril

de la dècada dels cinquanta hauria implicat nivells de perillositat alts sota la lupa d'un enginyer industrial fordista. No obstant això, en el model *managerial* de la nova empresa, el desplegament integral de les competències cognitives, afectives, emocionals i comunicacionals dels cossos constitueix una entrada de valor alt (Landa i Marengo, 2011).

Per a aquests autors, el cultiu del líder contemporani ha de complementar el *savoir faire* —la capacitat de fer pròpia del fordisme industrial— amb un *savoir être* —saber estar— com a producte d'«experiències particulars que no es poden revelar més que en contextos locals» i situacions específiques (Boltanski i Chiapello, 2002: 589). En aquest marc, la formació del treballador no es concep solament a partir de la transmissió de competències dignes de sanció per mitjà d'un títol, sinó que, a més, es proposa incentivar la «transferibilitat professional» per mitjà de la generació de «disposicions invertibles en una multiplicitat de tasques» (Dugué, 1994 en Boltanski i Chiapello, 2002: 589).

Des de la perspectiva de l'Amèrica Llatina, García Canclini i Urteaga (2012) van analitzar per a Mèxic aquesta organització del treball per projectes inestables com a part de les estratègies creatives que alguns joves elaboraven per a incorporar-les (deficitàriament) al desenvolupament econòmic i sociocultural. Altres estratègies que es posen en joc van ser la diversificació de les tasques i sabers, la participació simultània en diversos projectes, la desinstitucionalització de coneixements professionals, la valoració de pràctiques autodidactes, la integració en xarxes i el cultiu de «tecnologies de l'amistat» (Blázquez, 2016; Jacoby, 2011).

Com va advertir Foucault (1984), el neoliberalisme és un estil indirecte de control social, la «conducció de la conducta», la innovació radical de la qual comporta la diagramació d'una racionalitat de govern que es realitza per mitjà de la producció de llibertats. El que a primera vista sembla una contradicció, indica Gago (2014: 10), s'ha convertit en una manera enginyosa «d'enfilar, de manera íntima i alhora institucional, una sèrie de tecnologies, procediments i afectes que

impulsen la iniciativa lliure, l'autoempresarialitat, l'autogestió i, també, la responsabilitat de si».

Es tracta d'una malla subtil que requereix de la realització contínua d'interfícies entre tecnologies de poder i tecnologies del jo, tant com cert consentiment joios del governat per a fer-ne efectiva la comesa (Foucault, 1996). Aquest procés d'articulació sinèrgica decanta en pràctiques d'autoformació subjectiva que s'enllacen a processos heteroformatius, segons els quals «l'exercici del poder no s'oposa a l'exercici de la llibertat» ni a l'obtenció de plaer (Vázquez García, 2005: 81).

Llibertat, plaer, subjectivació i subjecció van de la mà. El govern de les conductes es vincula íntimament amb la relació que els subjectes estableixen amb ells mateixos. No només la relació merament psicològica del subjecte amb el seu propi interior —en el que es coneix com pràctiques *psi*—, sinó també amb la relació específica que estableix amb el seu cos com un component característic de les «tecnologies del jo» (Foucault, 1996).

Diversos camps disciplinaris i àmbits temàtics han recuperat les investigacions de Michel Foucault sobre la governamentalitat neoliberal mentre hi reconeixen principis i normes que fan a la configuració de la nostra experiència (del) present (Laval i Dardot, 2013). Una de les aportacions principals prové de Nikolas Rose (1992) qui, juntament amb altres sociòlegs britànics, va discutir els canvis que van ocórrer en la política anglesa durant el govern de Thatcher, per a la qual cosa va recórrer al concepte estratègic d'«*enterprise culture*». Segons Rose (1992), aquesta noció delimita un conjunt de discursos, pràctiques i dispositius que treballen de manera entrelaçada per mitjà de tres dimensions —la política, la institucional i l'ètica— i configura un programa cultural i polític que es forja, i guanya legitimació, a partir de la promoció d'un règim de subjectivació basat en la figura idealitzada del ciutadà autònom i responsable dels estils de vida que tria. Aquest règim prescriu emprendre l'estilització de la (pròpia) vida a partir de pràctiques d'elecció i consum que s'orienten a la maximització de les capacitats pròpies (de rendiment) i experiències (de plaer

i benestar) en contextos de competència i incertesa creixents (Rose, 1992).⁵

Com a part d'aquest procés es va promoure i legitimar com a ideal «un *self* emprenedor» al qual se li associava un estil de vida específic (Bröckling, 2015; Rose, 1992). La nova manera de subjectivació proposava, especialment als joves, superar el model de treballador fordista i de buròcrata de les institucions públiques. En comptes de l'estricta separació d'esferes —entre aficions, gustos culturals, pràctiques artístiques, oci i el món del treball— que va organitzar l'esquema productiu anterior, l'estil emprenedor promet i sol·licita una altra vida. Hi confluirien, en una harmonia aparent, les aspiracions d'autorealització i èxit econòmic juntament amb un munt de predisposicions conductuals que permetrien als subjectes autoproduir-se com a emprenedors.

D'aquesta manera, l'estil nou conjuga una diversitat de règims ètics i estètics, no necessàriament coherents entre si, en formes de vides plàstiques; que es poden consumir, dissenyar i transferir; que s'organitzen —metabolitzant aquesta pluralitat— a partir de l'imperatiu de l'«empresari de si» (Rose, 1992; Foucault, 2007: 264-265).

La posada en circulació de dispositius que promouen l'*embodiment* i la *performance* d'aquest ideal subjectiu esdevé un element central en la producció de la governamentalitat neoliberal. D'aquesta manera, es garanteix l'ajustament productiu entre oci i treball, entre la reproducció lúdica i festiva de la força de treball i la venda d'aquest en el mercat, per a fundar una temporalitat que transcendeix la dicotomia producció-consum. Interpel·lats per aquests discursos i pràctiques, encantats per les promeses d'èxit i satisfacció que ofereixen, alguns agents —els emprenedors— procuren activament cultivar-se sota les convencions inestables que el mateix model disposa (Bröckling, 2015).

5 Per a qui fracassa en l'autoconducció, la «cultura empresarial» assegura una assistència experta proporcionada per les «cultures terapèutiques» (Rose, 1992).

A continuació, descrivim l'emergència d'emprenedors en el món del *fitness* i de la celebració d'aniversaris infantils a la ciutat de Córdoba. Aquests processos d'organització productiva relacionats amb serveis que mercantilitzen el cultiu del cos i l'alegria, ens permetran observar la relació particular oci-treball que organitza l'estil de vida emprenedor. La presentació possibilitarà també reconèixer la importància de la formació d'un cos que es pot gestionar, d'una afectivitat basada en una satisfacció frustrant i el fet que la figura del líder destaque com altres forces que configuraven aquest estil de vida i coagulaven en el terme *actitud*.

Per a això, utilitzem les dades produïdes en el marc de dos treballs de camp realitzats a la ciutat de Córdoba com a referències empíriques. El primer d'aquests va abraçar l'observació i l'anàlisi de pràctiques, textos i *performances* associats amb el *fitness* i el *fitness-management* durant els anys 2004 i 2016 (Landa, 2009a, 2009b, 2011a, 2011b, 2016). I el següent va focalitzar, amb la mateixa estratègia metodològica, en les maneres de producció de les celebracions d'aniversaris infantils entre 2013 i 2016 (Castro, 2016). En aquest treball, articulem les dades que resulten de les observacions participants i les entrevistes en profunditat amb diversos agents —propietaris, gerents, instructors, animadors, docents, personal de suport— que duïen a terme aquesta *actitud* emprenedora i que vam contactar durant el període de la recerca.

LES EMPRENEDORIES DE LA CULTURA DEL «FITNESS»

La indústria del *fitness* arriba a Buenos Aires a mitjan dècada dels vuitanta i després es va expandir a altres ciutats importants del país com ara Rosario, Córdoba, La Plata, Mar de Plata, Mendoza i Santa Fe. Associada a la pràctica sistemàtica d'activitat física i a la promoció d'un cos atlètic i un estil de vida saludable, les paraules *aeròbica* en primer lloc i *fitness* a continuació van emergir en diferents mitjans de comunicació, serveis i productes que circulen per l'escenari urbà argentí.

En la formació d'aquest sector econòmic es reconeix un moment d'enlairament i un altre de consolidació,

identificat en l'*ambient* com un *boom del fitness* (Landa, 2009a). En el primer moment, alguns instructors locals van aprendre i van incorporar pràctiques com ara aeròbic d'alt impacte, *gimnàstica modeladora* o *localitzada* i, més endavant, *step*. L'arribada d'aquests sabers es va produir quan algun instructor van entrar en contacte amb les noves pràctiques als Estats Units o al Brasil, o per mitjà d'un institut nord-americà —o els representants brasilers—, que van impartir capacitacions a terres argentines (Landa, 2009a, 2011a).

Les motivacions que van expressar els que es dedicaven a aquesta esfera laboral van ser variades. Les més recurrents eren el gust pel moviment i l'estil de vida actiu i com un mitjà ràpid d'inserció laboral. Diversos van arribar a ser instructors perquè un familiar, amic o company del professorat d'educació física els va introduir en l'activitat, i altres per «atzar», quan en qualitat d'alumne exemplar de la *classe d'aeròbic* va reemplaçar un instructor que va faltar inesperadament i després es va quedar com a treballador efectiu al gimnàs.

Per aquells joves, el *fitness* va resultar una *passió*, la *seua vida*, font de gratificacions i oportunitats, una via per a fer-se populars i una manera eficient per a reproduir-se econòmicament. Gran part d'aquests professionals, residents a Buenos Aires, recorria la geografia nacional per a impartir classes o presentar-se a esdeveniments com ara els congressos de *fitness*. Aquests encontres van ser dispositius importants per a la generació de xarxes i relacions amb altres cultivadors de la pràctica procedents d'alguna altra província argentina o país veí. Els assistents hi procuraven i adquirien sabers (*idees* i *passos nous*), roba esportiva, entrades fílmiques i musicals per al treball diari al gimnàs i també s'apoderaven (*carregaven piles*) fent amics mentre s'exposaven i admiraven els cossos atractius dels instructors o professors que es feien veure amb les seues coreografies.

En aquests primers temps, els *pioners* van impulsar la indústria del *fitness* i es van constituir en referents d'aquest camp cultural. Tenaços, disciplinats, conscients del valor de la seua imatge corporal, amb importants habilitats per a la comunicació social,

simpàtics i carismàtics, els *pioners* —que moltes vegades es consideraven *autodidactes*— mobilitzaven un nombre d'aficionats important i creixent. Les seues trajectòries mostren com alguns van començar donant classes en un gimnàs de Buenos Aires i van continuar perfeccionant-se en una escola del mateix àmbit fins que un directiu o *formador* d'aquestes institucions identificava, a més dels sabers professionals, les seues habilitats socials (*l'arribada a la gent*) i l'introduïa al circuit dels *professors estrella*. Altres es van destacar com a esportistes en *l'aeròbic de competició* —que, en el seu moment, va operar com un marcador de distinció en el camp— o es van consagrar com a *presentadors*⁶ en esdeveniments nacionals i internacionals del *fitness* (Landa, 2011a: 73-76). Per diversos camins, els instructors que haurien de convertir-se en els *pioners* van esdevenir *formadors*, de vegades patrocinats per marques esportives internacionals, i d'altres instructors, alguns dels quals també es transformaven en formadors.⁷

A finals del segle *xx*, aquest món del *fitness* estava consolidat. Durant aquells anys es van crear estudis de formació superior com la d'instructor en *fitness grupal* o la de *personal trainer* i es van importar innovacions en els programes d'entrenament.⁸ La certificació oficial d'aquests sabers legitimava la tasca dels professionals nous alhora que des de l'Estat es reglamentava l'acti-

vat i la qualitat de la infraestructura dels gimnasos.⁹ En aquells moments també es va transformar la gestió de les organitzacions del *fitness* i la gestió va adquirir un lloc central.¹⁰

Aquests canvis es van iniciar a Buenos Aires en moments pròxims a la crisi de 2001 i després es van estendre arreu del país i van introduir innovació en matèria de gestió, màrqueting i en l'àrea de comunicació dels gimnasos. Aquestes transformacions s'observen en la producció de textos de gestió especialitzats en el sector del *fitness* i en l'organització de trobades destinades a difondre aquest coneixement (Landa, 2011a, 2011b, 2016). També es destaca la incorporació —davall de la modalitat de sistema de franquícies— de serveis de consultoria i programes d'instrucció per a l'àrea de *fitness grupal*. Aquestes accions van estandarditzar la funció de l'instructor dins de l'organització alhora que van augmentar el control sobre la tasca que hi exercien.

Com a part d'aquest procés de consolidació, trobem el desenvolupament d'un model organitzacional nou: la *xarxa de clubs*. Aquestes empreses, gestionades per un equip directiu amb formació en comptabilitat i gerència, integraven diversos seus entre les quals podien circular-ne els usuaris. Els diferents locals de la *xarxa* formaven una unitat per mitjà d'un model de gerència comú i s'identificaven a partir de la creació d'una marca. Cada sucursal estava dirigida per un gerent del qual depenien un *coordinador*, amb formació en *fitness*, que s'ocupava de la supervisió dels instructors i professors, i un altre *coordinador*, que tenia al seu càrrec les tasques administratives i comptables de la sucursal i supervisava els venedors dels serveis.

6 Segons explica un *pioner*, ser *presentador* és «donar convencions, impartir cursos i ser docent de docents» (Pioner del *fitness*, 20-08-2007, Buenos Aires).

7 La història local reconeix dos tipus d'actors que van deixar empremta en el món del *fitness* argentí: qui es va especialitzar en l'organització d'escoles d'aeròbic i esdeveniments del *fitness* i qui va destacar pel carisma i el domini de les tècniques a les classes de *fitness grupal*. Aquestes s'estructuraven a partir d'una seqüència d'exercicis al llarg d'una hora, subdividida en segments diferents que coordinaven i sincronitzaven els moviments tècnics i rutinaris de l'instructor *davant de l'espill* o des de la *tarima*, la *imitatio* que executava el col·lectiu d'alumnes i les pulsacions de la música.

8 Els programes d'entrenament que passen a dominar el mercat en aquesta època són el ciclisme de sala, els programes de *Body Combat*, les classes de *Fitness Combat*, *aerobox* i, posteriorment, pilates.

9 En 1998, la Municipalidad de Córdoba va dictar l'ordenança 9938 que regula l'activitat d'aquests comerços.

10 Amb *management* ens referim al camp disciplinari, emmarcat en les ciències de l'administració i en les ciències econòmiques, encarregat de la producció teoricopràctica de sabers i tècniques orientats a la gestió i l'organització del procés productiu en instàncies empresarials contemporànies (Fernández Rodríguez, 2007).

Aquesta dinàmica organitzacional contrastava amb les maneres de gestió dels gimnasos a càrrec d'individus amb formació en educació física, culturisme, *fitness*, però sense un entrenament formal en ciències empresarials.¹¹ Mentre que els primers s'orientaven cap a l'increment de vendes, l'acumulació de divises, la retenció de socis, l'ampliació de cobertura dels serveis de la xarxa i la capacitació contínua del personal, els segons navegaven el dia a dia entre la intensitat i la competència de negoci i les urgències no previstes que li presentaven els problemes municipals, legals, impositius i de manteniment del gimnàs.

En la instauració del model d'administració nou van resultar fonamentals esdeveniments de capacitació en *fitness-management* com el que va organitzar l'equip directiu de la revista *Mercado fitness* a setembre de 2009 en un hotel de la ciutat de Córdoba (Landa, 2001a, 2011b). Aquesta trobada va reunir especialistes internacionals i nacionals de la indústria de gimnasos i estava dirigida a gerents, emprenedors, professionals del *fitness* i la salut i propietaris de gimnàs. En conjunt, les conferències van abordar temes relacionats amb la gestió i l'administració del gimnàs i els *recursos humans*, la *venda de filiacions*, la *retenció dels clients* i la incorporació d'*actituds de lideratge* en l'empresa.

L'assistència a l'acte va ser multitudinària ja que, segons una de les conferenciants principals —que, a més, és reconeguda com a *pionera del fitness* i exerceix actualment com a directiva regional d'una empresa del *fitness* amb reconeixement mundial—, els propietaris dels gimnasos demanaven coneixements en matèria de gerència. Per a ella «hi ha molts propietaris de

gimnasos que no tenen cap idea... són professors, van obrir un gimnàs, però no tenen la més mínima idea de com portar un negoci, aleshores, què ocorre? En les dècades dels vuitanta i noranta, si això passava, podies sobreviure, et podia anar de categoria; tanmateix, avui dia, si no aprens a gestionar el negoci, t'enfoneses. Per això hi havia tanta gent a Mercado Fitness a Córdoba» (*pionera* que ha esdevingut empresària del *fitness*, 10-10-2009, Buenos Aires).

Les modalitats anteriors de gestió dels gimnasos es construïen com *ineficients*. Paraules com ara *empresa*, *negoci*, *gerent*, *treballador*, *recursos humans*, *gestor*, *filiació*, *usuaris*, *fidelització del client* i *lideratge* constituïen els ciments, tendencialment buits, d'aquesta «neollengua» que criticava obertament les formes d'organització del primer *fitness* i de l'educació física, respectivament. Els formats comercials nous que es van proposar en aquests actes es difonien en l'escena local per mitjà d'una tàctica semàntica que tendia a substituir les trames simbòliques d'una manera vocacional d'exercir la conducció d'un gimnàs (Landa, 2016).

Els *assistents* i aquells que tenien alguna trajectòria en el camp no van acceptar les propostes acríticament. Segons argumentava el propietari i instructor d'un gimnàs de Córdoba, ell ja coneixia i aplicava, tot i que de manera *desordenada*, moltes de les propostes que va escoltar en el seminari de capacitació de 2009. L'acte li va aportar un *mètode* i una manera de procedir *sistemàtica* per a la pràctica laboral.

El treball de camp va evidenciar que la població gerencial de les *xarxes de clubs* era més permeable als imperatius del *fitness-management*, mentre que alguns propietaris dels *gimnasos de barri* a penes disposaven del capital econòmic o simbòlic per a considerar-ne les noves prescripcions. Alguns d'aquests *propietaris managerials* als gimnasos, primer calia que es regularitzara la situació laboral dels instructors de *fitness grupal* que «cobren poc i gran part treballa en negre».¹²

11 El treball de camp va mostrar que els gimnasos a la ciutat de Córdoba configuraven un escenari plural i heterogeni, on se solapaven diverses estratègies de gestió. Amb finalitats analítiques, identifiquem tres tipus d'organitzacions. Les *xarxes de clubs* descrites; els *gimnasos de barri*, localitzats a zones residencials o centríques de la ciutat i que ocupaven espais, entre mitjans i grans, que els propietaris, formats en educació física i *fitness*, gestionaven amb un alt nivell de risc, i els *gimnasos garatge*, localitzats preferentment als afores de la ciutat amb una infraestructura precària, escassa aflluència d'alumnat i on la paraula *fitness* o l'imperatiu *managerial* de l'actualització permanent no trobaven eco.

12 L'expressió *treballar en negre* es refereix a l'ocupació informal no registrada legalment

Més enllà de les diferències, tant els gerents de les *xarxes de clubs* com els propietaris de *gimnasos de barri* procuraven, apel·lant a estratègies diferents, *satisfer* els clients. Els primers ho feien per mitjà de la diversificació de l'equipament i els serveis, així com la flexibilització dels espais i els horaris d'entrenament per als clients; mentre que els segons ho feien per mitjà de l'oferta d'un ambient relaxat, divertit i familiar, que reconeixia les situacions particulars de l'*alumnat*. A partir de diferents sabers, uns des del *màrqueting* i altres des del sentit comú, s'intentava produir experiències positives i de benestar en clients i alumnes. Per a això, l'actitud dels empleats o professors suposava una disposició fonamental (Landa, 2011a).

Amb el terme *actitud* es feia referència a la disposició per part dels subjectes a encarnar en l'acció els interessos del gimnàs o empresa, obeint a les demandes canviant i comproment-se de manera integral en el procés de treball. Tant en la narrativa *managerial* com en la cultura dels gimnasos locals, l'*actitud* se situava de manera diferencial a partir de tres modalitats pràctiques que es requerien a gerents i instructors. Als subjectes se'ls exigien i se'ls valoraven atributs en relació amb ells mateixos: *alta autoestima, capacitat d'(auto)lideratge, autogestió corporal i emocional*; atributs en relació amb el client: *predisposició cap a la resolució de problemes, iniciativa, brindar servei, sensibilitat davant de necessitats potencials del client, bona presentació personal, comunicació positiva*, i atributs en relació amb l'organització: *ser responsable, assumir compromisos, posar-se la samarreta*.

Com a part del procés descrit, emergeix un subjecte capaç d'implicar-se en cos i ànima amb els objectius productius del gimnàs i, per tant, amb l'esdevenir empresarial d'aquest univers cultural. Entre les pràctiques de subjecció empresarial i processos «autogestius de si» es generaven «dinàmiques de subjectificació» en què alguns agents s'autopercebién com a *empreses, marques i emprenedors*.

«CUENTAPROPISTAS» DE LA FELICITAT INFANTIL

A la ciutat de Córdoba, cap a mitjan dècada dels vuitanta, les empreses nacionals pioneres a incorporar en la seua oferta de productes la proposta d'animació per a celebracions d'aniversaris infantils van ser Pumper Nic i Neverland. Ambdues van oferir aquest servei de manera complementària al seu negoci, adaptant la infraestructura per a l'organització de festes infantils; la primera estava especialitzada en la venda de menjar ràpid i la segona, en parcs de diversió.

Ja entrats els anys noranta, les grans cadenes multinacionals com ara McDonald's i Burger King van fer que el protagonisme de Pumper Nic en el mercat de Córdoba disminuïra fins que va tancar en 1995. McDonald's va utilitzar tècniques publicitàries, colors cridaners i la (re)creació d'una atmosfera de circ —per mitjà de la figura del pallaso— per a captivar els infants, a qui consideraven influents durant les decisions de compra familiars. Així mateix, va proposar un ambient «familiar» en què adults, joves i infants tenien el seu propi espai. El servei d'animació d'aniversari combinava tobogans oberts i tancats i parcs de boles, i es va establir un model que «es va tornar hegemònic i que va tendir a homogeneïtzar les altres maneres de celebrar que presentaven com a alternatives» (Duek, 2006: 443). Els aniversaris a McDonald's duraven de dues a tres hores i tenien «una estructura comuna d'activitats: presentació del personal encarregat de l'animació, jocs a la piscina de boles, menjar, més jocs i, finalment, el pastís d'aniversari» (Duek, 2006: 243). Aquesta empresa, a més d'expandir aquesta modalitat de celebració, va desplegar matrius discursives i dinàmiques de gestió del servei i de les relacions laborals, provinents de la disciplina del management (Mangone i Reale, 2000). Aquestes celebracions, fora de l'espai domèstic i en un local comercial, van resultar massa oneroses per a algunes famílies mentre que per a qui podia pagar-les, tot i que inicialment eren atractives, van acabar perdent la lluentor. La demanda creixent de formes especials de celebrar els aniversaris infantils es va articular amb la gestació d'agents capaços de satisfer-la i d'inventar maneres noves de celebrar. En aquest context, famílies mitjanes van trobar en l'organització de festes infantils

un negoci que no requeria una inversió inicial elevada i prometia un avenir *rendible*.

Algunes d'aquestes empedories noves oferien traslladar a l'àmbit domèstic part dels atractius que brindava McDonald's per mitjà del lloguer de castells inflables, piscines de boles, futbolins o jocs de tella. Aquesta activitat, poc especialitzada, complementava els ingressos econòmics del grup familiar que va aconseguir comprar aquests béns amb els estalvis o amb els diners de la indemnització laboral d'alguns dels membres. Altres, aprofitant la novetat de celebrar els aniversaris infantils fora del lloc de residència, van començar a oferir un servei de menjar, beguda i entreteniment a càrrec de personal especialitzat en un local exclusiu. Els primers escenaris on es van muntar aquestes celebracions van anar variant. S'organitzaven en espais com ara aparcaments, videoclubs, pizzeries, restaurants, pistes de paddle, magatzems de barri, que no van prosperar i els propietaris d'aquests provaven noves maneres perquè foren rendibles.

Aquesta modalitat de celebració dels aniversaris infantils, mercantilitzada i fora de l'àmbit domèstic, es va consolidar amb el canvi de segle. Al voltant d'aquesta, es va expandir un mercat específic on els *cuentalpropistes* dedicats al comerç de la felicitat van construir una oportunitat perquè es reproduïra econòmicament i social. A partir dels excedents econòmics que produïa la venda de celebracions o que s'obtenien per mitjà de préstecs en entitats financeres, alguns dels que «van descobrir el negoci» i altres que es van sumar a la «moguda comercial» van llogar o edificar un espai als seus domicilis destinat a la celebració de festes infantils.¹³ Aquests empedors es van transformar en *propietaris* de locals exclusius o sales que oferien un servei de menjar i beguda diferenciat per a infants i adults i diverses activitats lúdiques i recreatives a càrrec de personal especialitzat o *animadors* en un lloc que s'hi condicionava especialment.

13 Davant del desenvolupament d'aquestes modalitats de comerç a principis de 2005, per mitjà de l'Ordenanza núm. 10 840, es van transformar en «espectacles públics» i van rebre una categoria específica: *Casa o salones de fiestas*.

Les pràctiques dels *propietaris*, subjectes a les lleis del mercat que exigien «novetats» i «varietat» i a les normatives estatals que regulaven l'activitat i l'habilitació dels llocs, estaven orientades a oferir un servei de qualitat. La satisfacció del client (fer-lo *feliç*) i anar més enllà de les seues expectatives augurava una reproducció econòmica exitosa i tornava a confirmar el bon nom i la *professionalitat* que les *sales d'entreteniment* deien tenir.

La incorporació de qui es van convertir en *propietaris* a aquest mercat, que explotava l'anhel i l'obligació moral de celebrar de maneres específiques els aniversaris infantils, es va produir a partir de les relacions de parentiu, amistat o laborals amb comerciants de sectors com ara botigues de joguines, de disfresses i articles per a festa i altres proveïdors de tot allò necessari per a les celebracions. Aquests, a més d'alertar els nous empedors de la demanda creixent de festes infantils, els mantenien informats de les novetats i els van fer servir com a publicistes.

En la constitució i diferenciació dels propietaris de sales, també hi van ocupar un lloc destacat les relacions amb i entre docents. Segons observem, les carreres de formació acadèmica van ser espais significatius on es van teixir xarxes comercials que porten a l'organització d'empedories. Amigues, amics, col·legues que venien del camp de l'educació física, el teatre, la docència infantil i primària es van associar per a organitzar festes infantils en espais específicament condicionats i —no sempre— habilitats per les autoritats estatals. Distingint-se dels primers empedors que venien del camp comercial, joves professionals de grups de classe mitjana van començar a oferir serveis que van qualificar de *diferents*. Amb capital i saber, van muntar sales que van promocionar com a *espais de recreació*. L'oferta incloïa la promesa de transformar la festa en una ocasió per al desenvolupament de les habilitats psicomotors, cognitives i afectives dels infants. A més de *diversió*, el servei que oferien generava la possibilitat d'*aprendre alguna cosa*.

Segons deien, aquestes activitats laborals els van possibilitar una bona projecció econòmica, administrar

els seus horaris i *ser els seus propis caps* sense renunciar al desenvolupament dels seus interessos artístics o pedagògics. Per a aquests emprenedors *cuentalpropistes* fer festes infantils era una manera particular d'incorporar-se al mercat laboral i satisfer les seues necessitats econòmiques, així com una possibilitat per a l'exercici professional. S'hi desenvolupaven el «negoci» i la «vocació» en harmonia.

La gestió dels projectes a què feien front aquests joves es recolzava en xarxes socials diferents. Algunes, com les familiars, tenien un caràcter més durador i oferien suport financer, servien de garantia davant d'entitats bancàries i facilitaven espais (habitatges, locals) per a celebrar les festes. En aquestes xarxes també es forjava un *ethos* de «confiança», «col·laboració», «lleialtat» i «reciprocitat» que permetia la coordinació i concreció de les activitats que implicava fer una celebració infantil.

Altres xarxes, com un entramat complex i variat de coneguts, eren menys estables, però no per això menys importants (Bolstanki i Chiapello, 2002, García Canciani i Urtezaga, 2012). En aquestes, aprofitant-se del règim de producció flexible que hi imperava, els organitzadors de celebracions infantils aplegaven, segons la demanda d'aniversaris, un nombre variable de treballadors sense registre legal o *en negre*, majoritàriament.

Les polítiques de contractació que implementaven els *propietaris* depenien del nivell d'interacció que els treballadors mantenien amb els clients. Qui no es relacionava directament amb ells i s'ocupava d'altres activitats de suport —com ara la cuina o la neteja— no necessitava tenir una sèrie d'atributs físics i expressius particulars. En aquests casos, es valorava especialment la força de treball que oferia el subjecte. Contràriament, als *animadors* que estaven en contacte directe amb els infants i s'encarregaven que aquests es divertiren, se'ls exigien característiques especials.

Així, per a aquesta tasca, els *propietaris* contractaven joves de classe mitjana, generalment menors de 24

anys, a qui reconeixien l'*ímpetu*, l'*actitud col·laborativa*, la *proactivitat*, l'*ajuda constant* i la *responsabilitat*.¹⁴

Una gran proporció de sales d'entreteniment feia servir mà d'obra femenina, ja que es pressuposava que les dones tenien més habilitats afectives en la interacció amb els nens i que tenien sabers específics, com ara les tècniques del maquillatge artístic, de gran valor per a generar una oferta més atractiva i original.

En sintonia amb les representacions dels ocupadors, qui es dedicava a l'animació es descrivia com a persona *divertida* i *responsable*, amb habilitats per a organitzar activitats creatives, treballar en equip, motivar els altres i delegar responsabilitats. La majoria deia que estimava el seu treball i que sentia una gran empatia amb els infants.

En algunes ocasions, especialment a les sales de més èxit comercial, els propietaris delegaven part de les seues responsabilitats en treballadors que exercien el rol d'*encarregats*. Aquesta organització permetia que els *propietaris* es focalitzaren en afers legals i tributaris, de comunicació i de l'organització del pagament dels treballadors. De vegades, els que tenien més capital econòmic recorrien a la subcontractació d'especialistes per a dur a terme algunes activitats.

Els *encarregats* actuaven en representació dels *propietaris* i assumien la coordinació general de l'equip de treball que organitzava la celebració. Així mateix, s'ocupaven de l'atenció de clients i proveïdors i de l'obertura i tancament de les activitats. Qui feia aquestes tasques era família o amic del *propietari* o es tractava d'un *animador*, amb antiguitat a l'empresa, que havia demostrat gran compromís amb la tasca, capacitat de lideratge i *responsabilitat* a l'hora de dur a terme les activitats.

14 La major part de les sales d'entreteniment, amb la finalitat d'evitar sancions legals, utilitzava dos animadors per festa. Segons les dimensions i les característiques dels locals, una mateixa persona solia animar fins a tres festes d'aniversari seguides.

Les formes de producció de les festes infantils requerien la polivalència dels *animadors* i *encarregats* que havien de ser capaços de muntar l'escenari de la festa, rebre els convidats, entretenir els infants, regular la durada i la intensitat de les diverses activitats que s'hi feien, i gestionar-ne els imprevistos i les situacions conflictives. El treball d'*animació*, alhora que intens i ràpid, tenia una organització mecànica de les diferents estacions festives que els subjectes repetien una vegada i una altra. En la major part de les sales, les tècniques i els guions que organitzaven l'activitat s'aprenien, segons repetien els entrevistats, *mirant* i *escoltant*. Uns a altres es transmetien repertoris de gestió que provocarien efectes desitjats en el públic. Aquests oficis s'aprenien en l'acció i amb altres iguals, tot i que algunes «bones pràctiques» podien semblar sistematitzades i ordenades en tutorials virtuals que ensenyen a ser *animador*.¹⁵

Com a part de l'ofici, qui s'ocupava de l'entreteniment infantil havia de fer, primerament, un control exhaustiu de les seues pròpies emocions. A pesar del cansament o l'avorriment, havien de mostrar obertament un gran somriure, respondre amb amabilitat i projectar un estat de felicitat i benestar. Com a treballadors de l'alegria, els subjectes instrumentalitzaven els seus sentiments darrere del benefici mercantil¹⁶ i vigilaven les seues formes de presentació personal. Els treballadors encarregats de l'animació construïen una façana «seriosa» i professional a ulls dels adults que contractaven el servei i, alhora, atractiva per als infants. Les *performances* d'aquests «gestors d'emocions (Blázquez i Castro, 2015) tenien per objectiu *contagiar* felicitat i influir mimèticament en l'afectivitat dels clients. Per a això, havien d'experimentar en primera persona allò mateix que oferien com a mercaderia. «Si no ho estàs passant bé, si no et diverteixes, els

infants se n'adonen. Ells ho saben. La clau és gaudir», va indicar una animadora entrevistada.

Alguns d'aquests joves mantenien una relació instrumental amb les sales. Miraven de desenvolupar-se en altres camps professionals associats amb la música, la psicologia, el teatre i l'educació física i aquest treball els permetia posar en joc el que sabien, cultivar determinada expertització i obtenir diners que utilitzaven per a pagar-se els estudis universitaris. Altres joves, amb menys credencials escolars o més interessats en les activitats comercials, es quedaven en el mercat de l'entreteniment infantil amb la intenció de convertir-se en *encarregats* o de desenvolupar la seua pròpia empremoria. Per als primers, l'animació de festes d'aniversaris infantils representava una activitat transitòria que els permetia practicar alguns sabers i generar ingressos; un projecte més que els donava la possibilitat de construir determinades experiències professionals i capital econòmic per a emprendre altres projectes. Per als segons, aquesta activitat comportava la possibilitat d'aprendre un ofici i imaginar un negoci que els assegurara la reproducció econòmica.

Més enllà dels projectes i les intencions dels *propietaris*, *encarregats* i *animadors*, les celebracions infantils exigien que els treballadors tingueren els mateixos atributs, en relació amb ells mateixos, cap als clients i l'empremoria, que en el món del *fitness*.

En ambdós universos es valorava la capacitat d'autolideratge, la iniciativa i predisposició cap a la resolució de problemes, la capacitat per a assumir compromisos i *posar-se la samarreta*. Ambdós casos mostren com, en implicar-se amb els objectius productius de l'empresa —siga el gimnàs o la sala d'entreteniment—, els subjectes esdevenien «empresaris de si» que transformaven la seua pròpia subjectivitat en un recurs i eren responsables de gestionar el seu cos i les seues emocions.

15 El terme «bones pràctiques» es refereix, seguint Lugones i Tamagnini (2014), a un conjunt d'accions que van oferir un servei excel·lent en un context determinat, i de les quals s'esperen resultats similars en altres espais.

16 Hochschild (1983) identifica amb el concepte de «treball emocional» un espectre ampli d'ocupacions, inserides en una economia de serveis, que requereix que els treballadors manipulen les seues emocions d'acord amb les demandes dels ocupadors.

ALGUNES DIFERÈNCIES I UNA MATEIXA «ACTITUD»

Segons analitzem, el *fitness* va aparèixer inicialment en els mitjans de comunicació a l'Argentina de la

dècada de 1980 i es va estendre gràcies a la pràctica d'instructors, formadors i *pioners* que van organitzar empenedories comercials o *gimnasos de barri*. Dècades més tard, l'activitat va adquirir la forma d'una indústria puixant, encoratjada pel discurs del *fitness-management* i la construcció de macroorganitzacions empresarials com ara les *xarxes de clubs*.

En el mateix període, i segons una lògica organitzacional inversa, es va desplegar la trama comercial de les sales d'entreteniment infantils. Els serveis de celebracions d'aniversaris van emergir localment com un servei complementari i distintiu a parcs de diversions i cadenes dedicades a la venda de menjar ràpid. Temps després, van ser famílies i joves —que s'autodescriuen com a pertanyents a una classe mitjana empenedora— els que van formar un nínxol de mercat exclusivament orientat a la provisió d'animació per a infants i va multiplicar l'oferta de manera accelerada.

En el marc de l'expansió d'aquests sectors comercials, les administracions estatals hi van intervenir articulant normatives per a regular l'activitat i la infraestructura. En el cas de les sales d'entreteniment infantils, se'ls va assignar una categoria en l'Ordenanza de Espectáculos Públicos, i en el cas dels gimnasos, va ser la creació d'una ordenança específica que regula l'activitat en l'àmbit local.

La intervenció estatal cimentava un marc legal que habilitava el desenvolupament d'aquests comerços com a establiments «segurs» alhora que legitima els serveis davant del públic. En aquest procés, no tots els propietaris tenien els mitjans econòmics per a adequar les infraestructures a aquests requeriments jurídics.

A més de fixar requisits edilicis, aquestes ordenances exigien la presència d'actors especialitzats. En el cas dels gimnasos, es requeria la presència i la supervisió d'un professor d'educació física, mentre que a les sales d'entreteniment infantils s'exigia la supervisió d'un adult responsable cada deu infants. En els dos casos, els propietaris feien «usos estratègics» de la

lletra de l'ordenança i adaptaven les funcions d'aquest personal als interessos de la seua empresa.

De la mà de la formalització legal, es va produir una *professionalització* progressiva d'aquests sectors comercials per mitjà de la incorporació i la creació de sabers i tecnologies semàntiques digitals. Aquests dispositius proveïen als agents implicats laboralment en aquests entramats culturals un conjunt d'experiències i innovacions per a autogestionar-los de manera eficient alhora que els diferenciava en el mercat laboral i rendibilitzava l'activitat d'aquests negocis.

En relació amb l'àmbit del *fitness*, aquest procés va comportar una formalització del sector progressiva. A mesura que creixia la indústria i es complicava la dinàmica organitzacional, es va plantejar que era necessària la introducció de nous sabers, actors i formes de treball. La disciplina del *management* va encarnar el «futur professional» del *fitness*, propagant una lògica de gestió empresarial i tecnologies comptables en l'espai del gimnàs. La *managementització* del *fitness* va comportar, entre d'altres, l'emergència d'actors —com ara el *gestor de vendes i serveis*— i referents nous —els empresaris del *fitness*— que van competir amb la cultura vocacional dels *pioners*.

Les sales d'entreteniment infantils, en canvi, arran de l'increment en el consum d'aquestes mercaderies culturals, es trobaven en un procés incipient que tendia cap a la formació del sector. Això es va advertir perquè es van subcontractar especialistes per a l'àrea d'administració, els *propietaris* delegaven tasques —coordinació, control de l'equip de treball i atenció al client— en els treballadors que s'identificaven com a *encarregats*, i perquè es van incorporar sistemes de franquícies als negocis locals.

Tot i que són diferents, en aquests mons es podia reconèixer una mateixa «*performance* virtuosa» entre els treballadors que es condensava en l'expressió *actitud*. Mentre que ho diu tot sense necessàriament dir res, el vocable funcionava perfectament en l'ordre simbòlic i instrumental dels gimnasos i sales d'entreteniment, sempre alerta per a la renovació. Tenir *actitud* supo-

sava ser i aparéixer amb un subjecte emprenedor, servicial, atent al seu entorn, amb maneres amables i seductores. També volia dir adaptar-se ràpidament a la lògica de gestió flexible d'aquests mons, a les formacions inestables del mercat local i a les crisis econòmiques successives de la política nacional.

Aquesta *actitud* adquiria diferents modulacions segons les funcions, els rols i les posicions dels agents en aquests escenaris laborals. Així doncs, percebem en propietaris (de sales d'entreteniment infantils i de gimnasos), gerents de *xarxes de clubs* i emprenedors que esdevenien la seua pròpia marca un conjunt de disposicions específiques com la cerca permanent d'oportunitats i el desenvolupament d'estratègies de diferenciació de si i del seu negoci per a millorar i rendibilitzar el servei ofert. Per a ells, l'*actitud emprenedora* feia possible la creació i concreció dels projectes concebuts, mentre que la seua *capacitat de lideratge* els permetia generar confiança i lleialtat en treballadors i clients.

Aquestes lògiques de producció de si s'expandien i incloïen part dels *recursos humans* de l'empresa, local o negoci. Segons vam advertir, els animadors de festes infantils i instructors de *fitness grupal* havien d'encarnar i exhibir un paquet d'habilitats socials, de comunicació, corporals i d'emocions funcionals als interessos de cada emprenedoria. La implicació subjectiva d'aquests treballadors amb el projecte empresarial i amb la cultura dels serveis que entregaven es considerava central per a un desenvolupament òptim del negoci, ja que impactava en la qualitat del producte i en la satisfacció del client. Aquesta *actitud* també era important en la carrera professional i en la continuïtat laboral d'aquests subjectes. L'èxit, personal i de l'empresa, es relacionava amb el compromís que mostraren els treballadors amb les tasques, el grau d'identificació amb la seua activitat i l'adopció d'un estil de vida emprenedor. Els subjectes feien i deien aquesta adhesió en el cultiu global de la seua pròpia existència. Amb el propòsit d'encarnar els atributs —alegria, voluntat, disciplina, ritme i dinamisme— que havien de transferir a altres cossos disposats a consumir activament els seus serveis, els

treballadors gestionaven, fins i tot en les interfícies més delicades i íntimes, els cossos i les emocions.¹⁷ De manera ideal, els emprenedors en el *fitness* i en les festes infantils havien de transformar-se en icones indicials de les subjectivitats la producció de les quals oferien.

Com a part d'aquest procés, es diluïa la percepció dual del temps pròpia del capitalisme fordista amb èmfasi en les distincions treball-oci i producció-consum. El fet que aficions esdevingueren emprenedories i amateurs en professionals promovia un estil de vida emprenedor on els subjectes amb *actitud* sempre estaven disponibles per a prestar un servei i s'entrenaven constantment per a dur a terme la seua tasca.

En aquesta dinàmica, l'operatòria del lideratge es converteix en l'«art» de gestionar cossos d'acord amb objectius productius mensuals (Abraham, 2000: 35) i la vida social es transforma en una «creuada *managerial*» on la figura del líder emprenedor apareix com a estereotip èpic. L'estil de vida nou proposa a cada subjecte transformar-se en (el seu propi) líder. L'*actitud* implica aquesta capacitat de lideratge que el subjecte ha de demostrar en primer lloc sobre ell, mentre que la seducció, i per tant el govern, d'aquests «altres» (clients, alumnat, treballadors) depèn directament depenent de la pràctica d'autogovern que el mateix *líder* (instructor, animador, coordinador) encarne.¹⁸

Segons vam poder observar, per mitjà d'una diversitat de camins, els subjectes feien d'ells mateixos una empresa, una *marca* que buscaven posicionar en un mercat (no només) laboral. Com a part d'aquest procés, l'espai interior, íntim, es transformava en exterior gràcies a la difusió ultraràpida d'informació per les

17 Per exemple, els instructors del *fitness* i animadors havien de gestionar el mal humor, el cansament, els dolors musculars per a transmetre alegria i motivar els participants a moure's, ballar i entrenar. També recorrien al consum de begudes hipertòniques per a mantenir-se hidratats i actius.

18 En aquest sentit, cal destacar, seguint Foucault (2009: 309) que la condició de possibilitat d'un govern cap a l'exterior comporta, prèviament, la capacitat intrínseca d'un govern de si.

xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram). Sota aquest nou ordre, la producció de capital ja no depenia només de la venda de la força de treball. El capitalisme actual explotaria també la capacitat d'excitació dels éssers vius o *potentia gaudendi* (Preciado, 2014: 41). Abans de deixar enrere l'ètica protestant, el «nou esperit capitalista» la incorporava i expandia segons el «principi Weber-Hilton» (Preciado, 2014: 212-214). Després de l'entrega aparent al vici i l'ociositat de figures com Paris Hilton o les germanes Kardashian, no s'ocultava un rebuig a l'economia capitalista i l'eròtica puritana del poder, sinó la transformació de la totalitat de les seues vides i la seua sexualitat en treball i la conversió, per mitjà de dispositius de vigilància, en imatge digital globalment transferible. No serà l'hedonisme i la consecució de plaers sensibles el que orienta el consumisme, sinó la gestió del circuit d'excitació-frustració. Els emprenedors del món del *fitness* i de les sales d'entreteniment infantils sabien que aquesta gestió exigia la participació plena del treballador en les pràctiques que duia a terme i, de manera ideal, el seu ingrés en una experiència de flux (Cskiszentmihályi, 1993). L'*actitud*, com a «*performance* virtuosa» ret compte d'aquesta demanda. Per exemple, els instructors que es configuren com la seua pròpia marca i empresa, per mitjà de la seua imatge —posada en circulació en les xarxes i els mitjans audiovisuals— difonen una vida sana i activa que els requereix el cultiu continu i minucios de la seua aparença física, que comporta una implicació total de la persona en una sèrie de rutines, pràctiques de cura i estètiques que formen part de l'existència i els estils de vida d'aquests subjectes. Els propietaris de les sales de lloguer de festes difonien continguts relacionats amb el món infantil i la vida familiar, i així mateix remarcaven els missatges d'agraïment que els clients feien pel treball que exercia el personal d'animació.

CONSIDERACIONS FINALS

En el marc de les nostres investigacions, la figura de l'emprenedor i les modulacions d'aquesta emergien com a significant rellevant en les enunciacions dels

agents entrevistats i en el material textual i digital que circula pels espais de recreació i entreteniment rellevats. Per això, en aquest article ens vam proposar aprofundir en les operatòries d'aquest estil de vida particular per mitjà d'una anàlisi de les *performances* i les pràctiques dels propietaris i treballadors de les sales d'entreteniment infantils i els gimnasos del *fitness*.

En funció d'això, en la introducció, hem oferit una contextualització espaciotemporal de l'escenari polític i econòmic on es desenvolupaven els serveis que van constituir els nostres casos d'estudi. Seguidament, hem presentat algunes trames conceptuals que hem atribuït a l'estil emprenedor i hem desenvolupat les dinàmiques culturals i històriques per mitjà de les quals aquests serveis es van configurar com a espais —per al cultiu del cos i l'alegria— de públics identificats amb la classe mitjana argentina.

L'enfocament ha privilegiat les regularitats emergents de la posada en relació d'ambdós casos. No obstant això, també hem destacat les particularitats que feien als ordres simbòlics de cada dispositiu cultural. En les semblances i les diferències, els casos analitzats han permès observar com es formava un exèrcit d'emprenedors virtuoses quotidians, generalment joves, que havien de tenir *actitud* i utilitzar tota la seua creativitat per a cultivar un estil de vida per a la reproducció econòmica i social. A pesar de l'interès, algunes condicions laborals implicaven un filtre que obstaculitzava el compromís d'aquells treballadors envers l'activitat. La subcontractació i la precarització laboral, el poc rendiment de la tasca desenvolupada, la quantitat d'hores treballades i l'ocupació informal sense registre legal també es mostraven en *actituds* de desinterès i cansament, que els ocupadors penalitzaven. Tot i així, aquests agents de la diversió i l'entrenament se sentien interpel·lats a seguir buscant altres alternatives laborals i projectes que els permeteren millorar la seua qualitat de vida i situació econòmica. L'imperatiu estil emprenedor, que fins i tot alguns agents utilitzaven per a anomenar-se a ells mateixos, resultava una manera més d'autogovern, tendencialment hegemònica, en la producció de subjectivitats implicades en la formació del «nou esperit del capitalisme».

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Abraham, T. (2000). *La empresa del vivir*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Aguirre, P. (2004). Seguridad Alimentaria. Una visión desde la antropología alimentaria. En *Desarrollo integral en la infancia: El futuro comprometido*. Córdoba (Argentina): Fundación CLACYD. Recuperat el 18 d'abril de 2017 de <http://www.suteba.org.ar/download/da-de-la-alimentacin-el-hambre-es-un-crimen-mundial-8333.pdf>
- Bayardo, R. (2015). Anegados de la cultura. «Be Creative!». En L. A. Quevedo (comp.), *La cultura argentina hoy. Tendencias!* (p. 255-285). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Beltrán, G. i Miguel, P. (2011). Emprendedores creativos. Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica. En L. Rubinich i P. Miguel. (ed.), *Creatividad, economía, cultura en la ciudad de Buenos Aires* (p. 225 -253). Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Blázquez, G. (2012). I love the nightlife. Música, imágenes y mundos culturales juveniles en Argentina. *Trans. Revista transcultural de música*, 16, 1-26.
- Blázquez, G. (2016). Hacer la noche. La producción comercial y el mercado laboral de los clubes electrónicos. *Trabajo y Sociedad*, 27. Recuperat el 10 de juny de 2017 de <http://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/27%20BLAZQUEZ%20GUSTAVO%20TrabajoySociedad.pdf>
- Blázquez, G. i Castro, C. (2015). ¡Los quiero bien arriba! Gestión de emociones en eventos festivos. En *Actas XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Recuperat el 15 de juny de 2017 de <http://cdsa.academica.org/000-061/182.pdf>
- Boltanski, L. i Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Bröckling, U. (2015). *El self emprendedor: Sociología de una forma de subjetivación*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Castro, C. (2016). *Feliz en tu día. Una etnografía sobre fiestas de cumpleaños infantiles en espacios mercantilizados* (Tesi doctoral). Universitat Nacional de Córdoba, Argentina.
- Ciuffolini, M. A. (2008). Resistencias y conflicto: Luchas sociales urbanas en Córdoba post-2001 (Tesi doctoral). Universitat de Buenos Aires, Argentina.
- Csikszentmihalyi, M. (1993). *The Evolving Self*. Nova York: Harper Collins.
- Del Bono, A. (2002). *Telefónica: Trabajo degradado en la era de la información*. Madrid: Miño y Dávila Editores.
- Dejours, C. (1998). *El factor humano*. Buenos Aires: Trabajo y Sociedad, PIETTE, Lumen-Hvmanitas.
- Duek, C. (2006). Infancia, *Fast-food* y consumo o cómo ser niño en el mundo McDonald's. En S. Carli (comp.), *La cuestión de la infancia: Entre la escuela, la calle y el shopping* (p. 241-264). Buenos Aires: Paidós.
- Fernández Rodríguez, C. (2007). *El discurso del management: Tiempo y narración*. Madrid: CIS.
- Foucault, M. (1984). Space, Knowledge, and Power. En P. Rabinow (comp.), *The Foucault Reader* (p. 239-256). Nova York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1996). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: Paidós-Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Foucault, M. (2007). *El nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2009). *El gobierno de sí y de los otros*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gago, V. (2014). *La razón neoliberal: Economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- García Canclini, N. i Urteaga, M (coord.). (2012). *Cultura y desarrollo: Una visión crítica desde los jóvenes*. Barcelona: Paidós.
- Grinberg, S. (2009). Tecnologías del gobierno de sí en la era del gerenciamiento: La autoayuda entre el narcisismo y la abyección. *Psicoperspectivas.CL*, 8(2), 293-308. Recuperat de <https://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/84/81>
- Hochschild, A. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley. University of California Press.
- Jacoby, R. (2011). *El deseo nace del derrumbe: Acciones, conceptos, escritos*. Madrid: Ediciones de la Central.
- Landa, M. (2009a). El porvenir de los cuerpos rentables: Un análisis de la práctica del fitness. En R. Crisorio i M. Giles (ed.), *Educación Física. Estudios críticos de Educación Física* (p. 177-192). La Plata: Ediciones Al Margen.

- Landa, M. (2009b). Subjetividades y consumos corporales: Un análisis de la práctica del Fitness en España y Argentina. *Razón y Palabra*, 69. Recuperat el 10 de juny de 2017 de <http://www.razonypalabra.org.mx/SUBJETIVIDADES%20Y%20CONSUMOS%20CORPORALES%20UN%20ANALISIS%20DE%20LAS%20PRACTICAS%20DEL%20FITNESS%20EN%20ESPANA%20Y%20ARGENTINA%20.pdf>
- Landa, M. (2011a). *Las tramas culturales del Fitness: Los cuerpos activos del ethos empresarial emergente*. (Tesi doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, Catalunya). Recuperat el 6 de setembre de 2016 de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/42294/mil1de3.pdf?sequence=1>
- Landa, M. (2011b). «Cultura» en las tramas empresariales del fitness en Argentina. La explotación de un concepto. En A. Del Pozo y A. Serrano (ed.), *La Piel en la Palestra. Estudios Corporales II* (p. 393-402). Barcelona: Editorial UOC.
- Landa, M. (2014). La sonrisa del éxito: Figuraciones de una subjetividad exigida. *Arxius de sociologia*, 30, 153-168.
- Landa, M. (2016). Fitness-management: El conflictivo devenir de una cultura empresarial. *Revista brasileira de ciencias do esporte*, 38(1), 18-25.
- Landa, M. i Marengo, L. (2010). Devenir cuerpo empresa: El nuevo capitalismo y sus tramas de sujeción. *Cuerpos contemporáneos: nuevas prácticas, antiguos retos, otras pasiones, Actuel Marx Intervenciones*, 9, 161-182.
- Landa, M. i Marengo, L. (2011). El cuerpo del trabajo en el capitalismo flexible: lógicas empresariales de gestión de energías y emociones. *Cuadernos de relaciones laborales*, 29 (1), 177-199.
- Landa, M. i Marengo, L. (2012). La di-gestión de energías en los Call Centers: Entre cuerpos des-hechos y perfomances del liderazgo. *Trabajo y Sociedad*, 18, Recuperat el 10 de juny de 2017 de http://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/18%20LANDA_MARENGO%20Call%20Centers
- Landa, M. i Marengo, L. (2016). El sí mismo como empresa: Sus operatorias y perfomances en el escenario managerial. En N. B. Rodríguez i H. Viafara Sandoval (comp.) (2016). *Michel Foucault, treinta años después. Aportes para pensar el problema del cuerpo y la educación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Cali: Universidad de San Buenaventura Cali.
- Laval, C. i Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- López, E. i Vértiz F. (2012). Capital transnacional y proyectos nacionales de desarrollo en América Latina. Las nuevas lógicas del extractivismo neodesarrollista. *Herramienta*, 50, 21-36.
- Lugones, M. G. i Tamagnini, M. L. (2014). Implantaciones de la fórmula Buenas Prácticas en la Córdoba del siglo XXI. Córdoba, Argentina: Universitat Nacional de Córdoba.
- Mangone, C. i Reale, A. (2000). Acercamiento semiótico-discursivo a McDonald's: Entre la globalización semiótica y la semítica de la globalización. *Razón y revolución*, 6 (1), 20-27.
- Minujin, A. (ed.). (1992). *Cuesta Abajo. Los nuevos pobres: Efectos de la crisis en la sociedad argentina*. Buenos Aires: UNICEF-Losada.
- Minujin, A. i Anguita, E. (2004). *La clase media: Seducida y abandonada*. Buenos Aires: Edhasa.
- Minujin, A. i Kessler G. (1995). *La nueva pobreza en la Argentina*. Buenos Aires: Temas Hoy-Planeta.
- Papalini, V. (2015). *Garantías de felicidad: Estudios sobre los libros de autoayuda*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Pierbastisti, D. (2008). *La privatización de los cuerpos: La construcción de la proactividad neoliberal en el ámbito de las telecomunicaciones, 1991-2001*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Preciado, B. (2014). *Testo Yonqui: Sexo, drogas y biopolítica*. Buenos Aires: Paidós.
- Rose, N. (1992). Governing the Enterprising Self. En P. Heelas i P. Morris (ed.) *The Values of the Enterprise Culture: The Moral Debate* (p. 141-164). Londres: Routledge.
- Rose, N. (2003). Identidad, genealogía e historia. En S. Hall i P. Du Gay (ed.), *Cuestiones de identidad cultural* (p. 214-250). Buenos Aires: Amorrortu.
- Schechner, R. (2000). *Performance: Teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires: Libros del Rojas-UBA.
- Svampa, M. (2001). *Los que ganaron: La vida en los countries y en los barrios privados*. Buenos Aires: Biblos.
- Svampa, M. (2004). *La brecha urbana*. Buenos Aires: Clave para Todos.
- Svampa, M. (2005). *La sociedad excluyente: La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Buenos Aires: Taurus pensamiento.

- Tamagnini, L. i Castro, C. (2016). Una aproximación etnográfica a las actuaciones administrativas para la gestión municipal de la diversión en Córdoba. *Revista Astrolabio: Nova Época*. 16(1), 362-389.
- Vázquez García, F. (2005). Empresarios de nosotros mismos: Biopolítica, mercado y soberanía en la gubernamentalidad neoliberal. En J. Ugarte Pérez (comp.), *La administración de la vida* (p. 73-103). Barcelona: Anthropos.
- Virno, P. (2005). *Cuando el verbo se hace carne*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Wortman, A. (2003). *Pensar las clases medias: Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

NOTA BIOGRÀFICA

María Inés Landa

Doctora en Teoria de la Literatura i Literatura Comparada per la Universitat Autònoma de Barcelona. Investigadora al Centre d'Investigacions i Estudis sobre Cultura i Societat (CONICET i UNC) i és professora a la Universidad Nacional de Córdoba i a la Universidad Católica de Córdoba. Investiga pràctiques i artefactes on el cos és objecte de gestions, negociacions i apropiacions diverses.

Gustavo Blázquez

Doctor en Antropologia por la Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor titular a la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba i investigador a l'Instituto de Humanidades (CONICET). Investiga la producció de sentiments i subjectivitats a partir de l'anàlisi de *performances* en relació amb cultures juvenils urbanes, consums culturals en la nit i sexualitats.

Cecilia Castro

Magister en Antropologia i llicenciada en Comunicació Social per la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Cursa el doctorat en Ciències Antropològiques (FFyH-UNC). Exerceix com a becària en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, amb lloc de treball a l'Instituto de Humanidades (IDH). El seu treball se centra en l'anàlisi etnogràfic de consums culturals infantils i producció de subjectivitats



Gerencialisme universitari i publicació científica

Fernando Ampudia de Haro

UNIVERSIDADE EUROPEIA / CIES – INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

fernando.ampudia@universidadeeuropeia.pt

Rebut: 24/04/2018

Acceptat: 29/11/2018

RESUM

L'objectiu de l'article és fer una aproximació al fenomen del gerencialisme universitari i a la relació que té amb el sistema de publicació científica. En el vessant acadèmic, l'adopció de tècniques i discursos associats a l'univers de la gestió inclou una visió específica sobre per què i com es publica, a més de la finalitat que cal donar a allò que s'ha publicat. Aquest treball explora el discurs que legitima tal visió i reconstrueix l'arquetip conductual i emocional que prescriu. Aquesta reconstrucció és possible a partir del material empíric que proporcionen diferents manuals, seminaris i cursos dirigits al professorat universitari amb la intenció de millorar-ne la productivitat publicadora. Per últim, es fa una reflexió crítica sobre les implicacions que aquest discurs i arquetip tenen en contextos acadèmics semiperifèrics en termes de producció i consum de coneixement científic.

Paraules clau: factor d'impacte (FI), carrera acadèmica, Norbert Elias, neoliberalisme, EC3metrics, Emerald, Springer.

ABSTRACT. *University Managerialism and Scientific Publishing*

The paper sets out a general approach to university managerialism and its links with the scientific publication system. In an academic context, techniques and practices bearing on the management field include a specific view on why and how to publish, as well as what ends publication should serve. This work explores the discourse legitimising that view and reconstructs the behavioural and emotional human archetype it enshrines. The empirical materials used are handbooks, guides and presentations aimed at university staff with a view to boosting their publishing output. The paper ends with a critical assessment of the discourse and archetype's implications in semi-peripheral academic contexts in terms of the production of scientific knowledge.

Keywords: impact factor, academic career, Norbert Elias, neo-liberalism, EC3metrics, Emerald, Springer.

SUMARI

Introducció

Gerencialisme: caracterització i presència en la universitat

El docent-investigador com a publicador d'impacte

· Per què es publica?

· Com es publica?

· Què cal fer amb el que s'ha publicat?

Crítica del model

Conclusió

Autor per a correspondència / Corresponding author: Fernando Ampudia de Haro, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL) do Instituto Universitário de Lisboa. Edifício Sedas Nunes. Av. das Forças Armadas 1649-026 Lisboa (Portugal).

Citació suggerida / Suggested citation: Ampudia de Haro, F. (2019). Gerencialisme universitari i publicació científica. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 47-62. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.4>

INTRODUCCIÓ

Gestionar és el que fan els gestors; gestió, el conjunt de coneixements i tècniques que apliquen en la seua activitat. Aquests coneixements i tècniques s'adquireixen, habitualment, cursant un grau superior d'administració i direcció d'empreses o un dels múltiples MBA (Master of Business Administration) que ofereixen universitats i escoles de negocis. Els plans d'estudi combinen assignatures relacionades amb la comptabilitat, les finances, l'estratègia empresarial, els recursos humans, el dret, el màrqueting, la teoria organitzacional i els sistemes d'informació. No obstant això, aquest retrat intencionalment precipitat quedaria incomplet si no parlàrem, genèricament, de la mentalitat que és present en aquells que gestionen organitzacions. Gestionar no és una qüestió asèptica o, com s'acostuma a dir, tècnica. Inclou també valors i normes sobre el comportament i les actituds necessàries i desitjables en tots aquells que integren una organització. Els qui hi ocupen llocs de responsabilitat i poder, els que comunament anomenem mànagers, gerents, directors, directius, quadres intermedis o coordinadors, són portadors privilegiats d'un discurs prescriptiu que, a més de reunir tals valors i normes, determina com cal governar, no només l'organització pròpia, sinó també els seus membres. Implica, doncs, una subjectivitat individual indissociable d'aquells requisits tècnics.

Aquest article s'organitza d'acord amb aquest pressupòsit per tal d'analitzar un tipus concret de subjectivitat vinculada al model gerencialista de direcció d'universitats i la seua manifestació en el camp de la producció científica. Em referisc a l'arquetip de docent-investigador amb relació a la publicació d'articles científics. Avui, el famós «publica o mor» és una font de pressió per a qui ensenya i investiga a la universitat; una mena de lema imperatiu que arriba acompanyat del factor d'impacte (FI) de les revistes científiques, del nombre de citacions rebudes o de la indexació de les publicacions en índexs internacionals com criteris d'avaluació, mesura del rendiment i promoció professional. Així doncs, l'objectiu d'aquestes pàgines és explorar aquest arquetip de docent-investigador en la faceta

publicadora i relacionar-lo amb la pràctica i mentalitat gerencialistes que dominen l'administració de les universitats.

Pel que fa a això, en la primera part d'aquest treball, s'hi efectua una caracterització del fenomen gerencialista i se n'identifiquen les dimensions principals per, des d'aquest punt, il·lustrar com s'ha materialitzat en el context de la universitat i quina repercussió ha tingut en l'àmbit de la publicació científica.

La segona part se centra en l'arquetip de docent-investigador que dibuixa el gerencialisme universitari. Aquest arquetip es pot reconstruir a partir del material didàctic que se li ofereix al docent-investigador per tal de millorar la productivitat científica, que passa necessàriament per modelar-ne la conducta publicadora. Avui és freqüent que les universitats oferisquen cursos, tallers o seminaris en els quals s'ensenya a publicar en les anomenades revistes científiques d'impacte ajustant la conducta publicadora a un patró publicador desitjable.

Entenc que aquest material didàctic constitueix una font apta per a analitzar el tipus de subjectivitat que s'espera del docent-investigador. Faig servir aquí una lògica anàloga a la desenvolupada per Norbert Elias en l'anàlisi dels codis de conducta que se succeeixen al llarg del procés civilitzatori, reconstruïts segons els manuals de cortesia, urbanitat i bones maneres (Elias, 1987). Del que es tracta és, per tant, d'estudiar el codi que es conforma entorn de la publicació científica, la reconstrucció de la qual és possible a partir de guies, textos i presentacions distribuïts en aquests cursos, tallers i seminaris. La tria del material analitzat s'ha fet d'acord amb l'experiència professional de qui escriu aquest article, inicialment en universitats espanyoles i actualment discorre en universitats portugueses. No pretenc inferir-ne cap tipus de representativitat general o particular especial. Com es podrà comprovar, el material és il·lustratiu d'una manera d'entendre la publicació científica que no és exclusiva d'Espanya o Portugal i de la qual les respectives comunitats universitàries hi participen, no sense ambigüitats o tensions.

L'anàlisi d'aquest material s'efectua distingint tres dimensions. La primera es relaciona amb el *perquè*, és a dir, amb els arguments que justifiquen i legitimen la necessitat de publicar i els procediments que es consideren correctes per a fer-ho. La segona està relacionada amb el *com*, és a dir, amb el mètode que ha de conduir a l'elaboració d'un treball publicable. La tercera i última se centra en *què cal fer amb el que s'ha publicat*, és a dir, la finalitat atribuïda a l'acte de publicar. En síntesi, la rutina d'anàlisi segueix una lògica interrogativa simple, a través de la qual es descompon el sentit globalment prescriptiu del material didàctic, suport fonamental del codi conductual i emocional que versa sobre la publicació científica.

Finalment, la tercera part s'ocupa d'analitzar críticament aquest codi. L'arquetip de docent-investigador que proposa comporta una sèrie de conseqüències sobre la pràctica publicadora que no són innòcues, ja que es relacionen amb el furt intel·lectual que suposa presentar la investigació com un exercici majoritàriament individualitzat i, en conseqüència, desproveït de cap enquadrament socioestructural.

GERENCIALISME: CARACTERITZACIÓ I PRESENCIA EN LA UNIVERSITAT

D'acord amb Alonso i Fernández Rodríguez (2013), el gerencialisme és la ideologia d'aquells que posseeixen el poder en les organitzacions, és a dir, tot el conjunt de creences, idees i valors que fan referència al govern efectiu i volgut d'una organització. Encara que el fenomen del gerencialisme s'ha estudiat amb més freqüència en el terreny empresarial, no es limita a aquest domini i és extensible a qualsevol organització complexa (Fernández Rodríguez, 2007a). La ideologia gerencialista es manifesta històricament en diferents modalitats de discurs que es transformen en paral·lel a les alteracions que experimenta el sistema capitalista i els seus cicles d'acumulació (Fernández Rodríguez, 2007b). Aquests discursos es concreten en llibres i manuals de *management*, formació impartida

en universitats i escoles de negocis, esdeveniments, conferències, tutorials o xarrades on es transmeten els continguts i les directrius dels models de gestió en voga.

De manera general, els principals supòsits assumits pel gerencialisme són els següents:

1. Les organitzacions, independentment de la finalitat i la naturalesa, es poden dirigir basant-se en els coneixements, els procediments i les tècniques que proporcionen les ciències de la gestió, la direcció o l'administració (Klikauer, 2015).
2. Tals coneixements, procediments i tècniques són legitimats en virtut de la seua idoneïtat per a garantir l'eficiència, l'eficàcia, la competitivitat, la sostenibilitat, la flexibilitat, la resiliència o l'excel·lència en tant que propietats comunament predicades de les organitzacions. Això és, aquesta legitimació deriva del seu estatut com a saber apte per a assolir aquests objectius (Klikauer, 2015).
3. L'entorn en el qual s'integra l'organització presenta desafiaments i condicionants que requereixen l'ús de coneixements, procediments i tècniques gerencials. El saber gerencial confereix a aquest entorn trets diferents en funció de les alteracions històriques dels cicles de rendibilitat capitalista. Ha estat vist com un entorn previsible i calculable científicament (model taylorista-fordista), equilibrat i pròsperament pacificat en virtut del pacte social keynesià (model de les relacions humanes) o dinàmic i flexible (model japonès de diferenciació i qualitat). Actualment, aquesta caracterització augmenta el dinamisme, al qual afegeix elements nous. Davant de l'estabilitat i la rutina, s'enalteix el caràcter canviant del mercat i la incertesa que això provoca en una conjuntura de competitivitat intensa. El canvi constant es redefineix com una situació oberta a múltiples oportunitats propiciades, precisament, per la incertesa. Es parla, globalment, d'una economia del coneixement estructurada en xarxes. A aquesta caracterització, hi correspon una sèrie d'atributs valorats positivament en el si de les organitzacions: l'actitud proactiva i

emprenedora, el lideratge, la innovació, l'eliminació dels processos burocràtics, el treball en equip, l'adhesió a la cultura organitzacional o l'augment de l'ocupabilitat mitjançant projectes i oportunitats que l'organització proveeix als seus membres (Chiapello i Farclough, 2002; Alonso i Fernández, 2012, 2013).

4. El coneixement, els procediments i les tècniques gerencials s'apliquen preferentment en contextos en els quals predominen les lògiques mercantils, enteses com les més adequades per a la reproducció material de la vida humana i com a model de relacions socials. S'assumeix que és en l'àmbit del mercat on el saber gerencial es torna particularment eficaç.

Els pressupòsits generals del gerencialisme resulten inevitablement abstractes. El fet de materialitzar-se en una organització concreta permet fer-se una idea més completa del seu abast. Tenint en compte l'objectiu d'aquest treball, és el moment de centrar-se en la universitat i en la seua visió gerencialista, de la qual es deduirà un enfocament propi sobre la producció i la publicació científiques.

La visió gerencialista de la universitat parteix de la caracterització de l'entorn en què opera; un entorn definit pel vincle positiu que s'estableix entre la ciència-tecnologia i el desenvolupament econòmic. La importància d'aquest vincle és ressaltada per organismes internacionals com la Comissió Europea i el paper essencial que reserva a les universitats per tal d'assolir els objectius establerts en l'Estratègia de Lisboa (CCE, 2005). El desenvolupament econòmic que afavoreix el progrés de les societats es fonamenta en l'alienació del coneixement amb la seua aplicació industrial i el seu valor econòmic, és a dir, en la solidesa de la seqüència «saber-indústria-mercat» (De Angelis i Harvie, 2009; Santiago et al., 2013; Marugán i Cruces Aguilera, 2013).

En aquest entorn i en línia amb aquest paper, la universitat es concep com una institució que opera en un mercat global en el qual es competeix per atraure alumnes, docents i investigadors que augmenten el

valor econòmic del coneixement que s'hi produeix, la reputació de la mateixa institució, les seues possibilitats de finançament i, per tant, la seua quota de mercat. La constitució, per exemple, d'un espai europeu d'educació superior arran del Procés de Bolonya, iniciat en 1999, suposa una mostra de la configuració mercantil del camp universitari. En aquesta configuració, les universitats pugnen per captar estudiants, es persegueix una convergència en les titulacions en resposta a les demandes del món laboral, es fixa un sistema de quantificació de l'aprenentatge i de la seua convalidació mitjançant crèdits ECTS (European Credit System Transfer o sistema europeu de transferència i acumulació de crèdits) i es pretén fomentar la mobilitat acadèmica i geogràfica de tots els participants.

Una part essencial d'aquesta configuració mercantil és l'autonomia financera i pressupostària que s'atorga a la universitat. Com a agent que actua en un mercat, la seua visibilitat ja no pot dependre únicament de la cobertura que oferisca l'estat corresponent. La seua capacitat per a competir i l'èxit que n'obtinga constituïran vies d'accés a noves fronteres de finançament (Hyde et al., 2013). La dinàmica competitiva alimenta i requereix formes de mesurar el rendiment que, al seu torn, permeten fer comparacions amb altres universitats. Aquí destaquen els rànquings universitaris, en els quals s'ordenen les institucions a partir de criteris com la producció científica, el prestigi del professorat, els premis, les patents, la rellevància pública, la facturació, els beneficis o el creixement de l'alumnat. Aquesta cultura de l'auditoria (Strathern, 2000) i de la mesura està representada per classificacions com el Higher Education Supplement, que elabora el diari *The Times*, o el Jiao Jong University Ranking, més conegut com el Rànquing de Xangai. A més de reflectir la situació del mercat educatiu i les posicions dels seus participants, serveixen també com a guia per a estudiants, professors i investigadors a l'hora de prendre decisions. En conclusió, un instrument que sintetitza informació rellevant necessària per a tots aquells que es mouen en el mercat universitari.

El concepte pel qual es lluita simbòlicament en aquesta dinàmica competitiva és l'excel·lència. No posseïx

una definició unívoca i sol comprendre's com una amalgama de qualitat, distinció, reputació i rellevància del coneixement; un ideal que orienta, però que també representa l'activitat de la institució i que no falta en cap declaració programàtica de cap universitat que se'n senta orgullosa (Gómez i Jódar, 2013; Herzog et al., 2015). Concebuda així, la mateixa universitat es converteix en un camp privilegiat per al saber i les pràctiques gerencialistes. En un marc de competència entre institucions, de generació de recursos financers propis, de valoració mercantil del coneixement i de disputa per quotes de mercat, el saber i les pràctiques gerencialistes es presenten com les més adequades per a assolir aquests objectius en un entorn canviant i volàtil. En definitiva, un saber i unes pràctiques imprescindibles per a qualsevol universitat que es desenvolupa en el marc de l'economia del coneixement.

Això comporta una concepció específica del quefer acadèmic (Kehm i Teichler, 2013). D'un professional s'espera que n'augmente la productivitat publicant en revistes amb un FI elevat, que siga capaç de dirigir projectes que captin recursos i generen reputació i valor de mercat, que lidere equips, que forme futurs investigadors o que dissenye activitats de transferència del coneixement per al sector industrial i empresarial. Pot ser que aquestes exigències no es plantegen totes a la vegada, encara que tampoc és estrany que això passe. Com irònicament han apuntat algunes veus, estaríem davant d'una espècie de «professor orquestra» polifacètic i atrafegat (Villasante, 2016). Tot i tractar-se d'un discurs dominant a l'hora de pensar la universitat, la docència o la investigació, hi ha visions alternatives que es resisteixen a aquest domini. Aquesta resistència passa per conceptualitzar la universitat com un *repositori* de coneixement o el professor com un inculcador de consciència crítica i ciutadana. Aquestes idees, òbviament, conviuen en tensió amb l'orientació i el discurs gerencialistes, i es manifesten, per exemple, en l'autopresentació que es fan les universitats en les seues pàgines web (Santiago et al., 2013) o en les pràctiques dels mateixos docents (Anderson, 2008). Que hi haja resistències no significa que no es pugui identificar allò que s'espera d'un individu en termes de producció i publicació científiques en aquest quadre gerencialista:

1. Una part significativa de l'avaluació i de les possibilitats de promoció professional depèn de publicar en revistes científiques indexades en bases com Web of Science o Scopus amb un FI elevat. No puc oferir aquí una explicació detallada sobre la lògica d'aquestes bases (Ampudia de Haro, 2017) o del FI (Archambault i Larivière, 2009). A efectes d'argumentació, només cal retenir la idea que la indexació o el FI es consideren indicadors de la qualitat de la investigació, de la seua rellevància i del reconeixement dispensat pels iguals. En conseqüència, es tracta d'indicadors que permeten mesurar l'activitat investigadora per tal de prendre decisions relatives a la gestió, la planificació i el finançament (Fernández-Ríos i Rodríguez-Díaz, 2014).
2. Aquests indicadors, construïts a partir de dades bibliomètriques, són un factor rellevant a l'hora d'elaborar els rànquings i les classificacions d'universitats en tant que són mitjans de promoció i de comunicació del prestigi institucional.
3. Al mateix temps, això augmenta la possibilitat que la inversió en investigació siga recompensada amb més rendibilitat i, per extensió, que siga possible captar nous recursos per a alimentar aquest cicle virtuós.

S'hi estableix una relació discursiva entre el context global definit per l'economia del coneixement, la valoració mercantil de la ciència, la seua gestió eficient i el FI de la producció científica com a indicador de la qualitat i el valor de mercat. En aquesta seqüència, la lògica gerencialista intervé per fixar què s'entén per producció científica rellevant i, per tant, determinar com s'ha de procedir perquè les publicacions siguen significatives. Com cal procedir implica intervenir no només en les pràctiques dels autors d'articles sinó també en els seus valors, és a dir, cal alinear-ne la identitat i la subjectivitat amb els objectius que es persegueixen en el context de la competència universitària.

EL DOCENT-INVESTIGADOR COM A PUBLICADOR D'IMPACTE

Hi ha un estil intel·lectual i emocional prototípic en l'acadèmia de tipus gerencialista. Alguns autors se han ocupat d'aquest tema (Hicks i Potter, 1991; Burrows, 2012; Gómez i Jódar, 2013; Fernández-Ríos i Rodríguez-Díaz, 2014; Goyanes, 2015) estudiant-lo a partir de metodologies qualitatives, fent-hi aportacions teòriques o elaborant reflexions de caire general. La via que explore en aquest article considera que el discurs prescriptiu entorn de la publicació científica està reconstruït a partir del material didàctic que s'ofereix als docents amb l'objectiu d'augmentar la publicació en revistes amb un FI elevat. Aquest discurs determina per què i com cal publicar, a més de què s'ha de fer amb allò publicat; és a dir, no només s'ocupa de fixar una rutina publicadora sinó també de promoure una transformació de la subjectivitat individual reconfigurant-ne la identitat com a docent-investigador-publicador.

Aquest material s'utilitza en seminaris, conferències, cursos i tallers en els quals s'ofereixen idees, recomanacions i mètodes per a incrementar la productivitat científica. De vegades, procedeix de les principals editorials científiques, que imparteixen aquesta formació en col·laboració amb les universitats. Una altra opció és que provinga d'organitzacions especialitzades en avaluació científica i anàlisi bibliomètrica. La selecció que hi faig d'aquest material no és sistemàtica i respon a la meua experiència professional. He participat com a alumne en algunes sessions d'aquest tipus, raó per la qual conec de primera mà els continguts que s'hi ensenyen. He volgut també que aquests continguts foren accessibles a qualsevol lector i, per aquest motiu, he optat per materials anàlegs als que em van distribuir i disponibles gratuïtament en Internet. Igualment, per mostrar la transversalitat de tals continguts, combine fonts publicades a Espanya i Portugal. En general, el discurs de la productivitat científica vinculada a la publicació té un caràcter transnacional, encara que pot experimentar adaptacions locals segons les cultures acadèmiques particulars (Blagojevic i Yair, 2010).

Oferisc, a continuació, una descripció del material que s'hi analitza:

- *Cómo publicar en revistas científicas de impacto*, de Daniel Torres-Salinas (2013), és un manual en què es recullen suggeriments i recomanacions per a publicar en revistes internacionals amb un FI elevat. El manual s'integra en el conjunt d'activitats desenvolupades per l'empresa EC3 Metrics Spin-Off — Indicadores Bibliométricos y Evaluación Científica, nascuda a partir del grup d'investigació EC3. Evaluación de la Ciencia y la Comunicación Científica, de la Universitat de Granada. Aquesta empresa, tal com s'indica en el seu web, ofereix serveis relacionats amb l'avaluació d'investigació, editorials i revistes científiques, l'assessorament per a la sol·licitud de sexennis d'investigació i la formació en bibliometria i comunicació científica.
- *Informe APEI sobre publicación en revistas científicas*, de Tomàs Baiget i Daniel Torres-Salinas (2013), concebut també com un manual en el qual s'aborda tot el que cal tenir en compte a l'hora de publicar en revistes internacionals amb FI elevat.
- Tres iniciatives emmarcades en la formació que la Universitat d'Aveiro (Portugal) destina a autors i investigadors. En aquest cas, al davant de tallers sobre publicació, hi ha representants d'algunes de les principals editorials mundials de revistes científiques. D'una banda, Springer, en dues sessions titulades «Publishing Scientific Research» (Hawkins, 2012) i «Springer Updates: ebooks, journals and publishing tips» (Alkema, 2015). De l'altra, Emerald amb la seua «Guía para publicar» (Toffolo, 2013). Springer i Emerald, juntament amb Taylor i Francis, Sage i Wiley-Blackwell, publiquen el 66 % dels articles recollits en el Web of Science, propietat del grup Thomson-Reuters. En 2013 i referint només les publicacions en la categoria de ciències socials, Emerald publicà el 16,4 % del total i Springer, el 7,1 %, és a dir, uns percentatges 4,4 i 21,3 vegades, respectivament, superiors al que posseïen l'any 1990 (Larivière

et al., 2015). En ambdós casos, hi trobem recomanacions i instruccions, de nou, per a publicar en revistes indexades i amb FI elevat, a més d'una presentació d'índole comercial sobre el portafolis de les dues editorials.

Si entrem pròpiament en la reconstrucció del codi lligat a la publicació científica, estructure la meua exposició d'acord amb les tres qüestions a les quals es pretén donar resposta: per què cal publicar?, com cal publicar? i què cal fer amb el que s'ha publicat? Aquesta metodologia, com ja vaig assenyalar en la introducció, és anàloga a la que fa servir Norbert Elias en el seu estudi sobre el procés civilitzatori occidental. A través d'aquesta accedim als punts centrals del model de conducta i subjectivitat que es desitja implantar en l'acadèmia. Malgrat tractar-se d'un element destacat, aquest model és un component més de l'entramat acadèmic en el qual s'emmarca l'acció del docent-investigador. Acomplir les prescripcions del codi no depèn només de les hipotètiques bondats que l'individu hi pot atribuir. En aquest punt, és necessari considerar un conjunt de factors estructurals que n'impel·leixen el compliment: les condicions i oportunitats per a desenvolupar una carrera acadèmica, els procediments d'avaluació de l'activitat docent-investigadora (associada inevitablement a aquesta carrera) i l'hegemonia de la llengua anglesa o dels models teòrics d'origen anglosaxó són alguns d'aquests factors. Com es veurà més endavant, la conformació de la subjectivitat no és tan sols un producte del codi que es pretén inculcar. Encara que no forme part de l'objectiu primari d'aquest treball, les condicions socioestructurals sempre han de figurar en qualsevol explicació que tracte el tipus de subjectivitat produït en l'acadèmia.

Per què es publica?

Publicar mai s'entén en un sentit general. Més aviat fa referència, essencialment, a la publicació en revistes indexades i amb un FI rellevant. Fora d'aquest marc, la publicació adquireix una altra finalitat, que no és la destinada a determinar el nivell o la productivitat de l'autor: «La majoria de les polítiques científiques i l'avaluació del rendiment del científic s'articulen

entorn de les revistes JCR (Journal Citation Report) i de Thomson» (Torres-Salinas, 2013: 25). Aclarit aquest punt, dos són els arguments que es fan servir per a respondre per què es publica. Primer, perquè el FI està associat a valors positius. Segon, perquè publicar es genera una dinàmica favorable per a l'investigador.

Pel que fa al primer argument, el FI s'erigeix com l'indicador de la qualitat de la revista, fet que permetria atribuir un plus de qualitat també als articles que s'hi publiquen: «En tot cas, no hi ha dubte que el factor d'impacte és vist com un punt de referència de la qualitat de la revista en moltes comunitats acadèmiques» (Hawkins, 2012: 27). Aquesta qualitat deriva de la lògica competitiva que domina la publicació, a saber: la recompensa per a l'investigador en termes de reconeixement i progressió laboral és significativa, la qual cosa fa que siguin molts els articles que s'envien a aquestes revistes, i això permet que els editors en seleccionen aquells que excel·leixen. La competència, doncs, actua com un filtre qualitatiu (Torres-Salinas, 2013: 21). Pel que fa al segon argument, llegim la següent citació il·lustrativa de la dinàmica positiva que comença amb la publicació i conclou en més publicacions i millors:

La publicació en revistes genera beneficis tant a l'investigador com a la institució. L'investigador avançarà més en la seua carrera i serà reconegut com un expert en el seu camp científic, cosa que implica un cercle virtuós d'ascensos, accés a tribunals d'oposició i tesis, possibilitat d'exercir en comitès editorials de revistes científiques i de congressos, capacitat per a aconseguir finançament i recursos humans per al seu grup d'investigació i laboratori, que a la vegada es tradueix en noves investigacions i en noves publicacions en revistes de prestigi (Baiget i Torres-Salinas, 2013: 9).

Aquest «cercle virtuós» —en el qual coincideixen Toffolo (2013: 13) i Hawkins (2012: 4)— ofereix un conjunt de raons poderoses per a apostar per la publicació. Des d'aquesta perspectiva, qualsevol motiu adduït per a no publicar es qualifica d'inconsistent: defensar la llengua pròpia davant del domini de

l'anglès, tractar temes locals o nacionals en revistes internacionals ni s'entén ni hi té cabuda, evitar temps d'espera dilatats entre l'enviament de l'article i la seua avaluació o insistir que els llibres i els capítols dels llibres són més valuosos que un *paper* en una revista d'impacte són mostres inconfusibles d'aquesta inconsciència (Torres-Salinas, 2013: 31-32). Davant d'això, s'imposa una transformació: «Canvia l'enfocament. Adapta't a l'estàndard internacional. Canvia l'estratègia. Menys publicacions i millors. Canvia els temes. Busca problemes rellevants de l'àrea» (Torres-Salinas, 2013: 33).

Com es publica?

Cal publicar de manera que siga possible maximitzar els efectes positius de la publicació. Aquests efectes estan relacionats, inicialment, amb la inclusió de l'article en una revista amb un FI elevat per a, des d'aquest punt, accedir als beneficis que reportaria el consegüent augment del reconeixement, la reputació i les opcions de millora professional. Per això, cal començar per integrar o formar equips amb diversos investigadors, ja que la divisió especialitzada de tasques i la revisió creuada augmenten la productivitat publicadora. En aquest punt, l'únic que convé fixar prèviament, abans fins i tot de començar el treball, és l'ordre en què els autors figuraran en la publicació (Torres-Salinas, 2013: 37-38, 41).

Tampoc no cal oblidar l'ús de l'anglès. És la llengua internacional de la ciència (Hawkins, 2012: 6), i això exigeix que parlants nadius especialitzats revisen els articles. Una redacció deficient predisposa negativament els editors: «Les revistes odien els *papers* mal escrits i especialment els dels espanyols» (Torres-Salinas, 2013: 73). A continuació, arriba el moment d'escollir la revista a la qual es destina la futura publicació. Com que l'objectiu és compensar un nombre inferior d'articles publicats amb un FI superior de les revistes a les quals es destinen, cal que la selecció es faça de manera acurada (Toffolo, 2013: 19). Caldrà, a més, tenir en compte el consell editorial i la periodicitat, i mai no s'ha d'optar per aquelles que revelen una tendència decreixent en l'evolució del seu FI (Torres-Salinas, 2013: 48).

La tria del tema i de les fonts bibliogràfiques també ha de ser prudent. Pel que fa al primer, s'espera que siga actual i que tinga la capacitat de generar citacions, la qual cosa repercuteix favorablement en el FI de la revista i en la reputació de l'investigador (Hawkins, 2012: 14). Pel que fa a les fonts, se'ls demana rellevància i que siguen apropiades. Per aquesta raó, Torres-Salinas recomana: «evitar treballs exòtics d'autors poc coneguts i locals», «citar articles sobre el tema que haja publicat la revista», «no ometre citacions de competidors —poden ser els teus revisors—» i «evitar un nombre excessiu de referències a llibres, manuals o llibres de text» (Torres-Salinas, 2013: 61).

Què cal fer amb el que s'ha publicat?

La publicació científica no s'esgota quan l'article veu la llum. En aquest moment arranca un procés en el qual es dona a conèixer el resultat amb la pretensió afegida d'augmentar el grau de coneixement que es té de l'autor. En altres paraules, es persegueix millorar la visibilitat de l'investigador, que siga reconeixible com a productor d'investigació (Toffolo, 2013: 53-55). El terme que sintetitza aquesta idea és el de «discoverability» (Alkema, 2015: 12), sense equivalent exacte en castellà.¹ Aquest concepte agrupa significats relacionats amb les nocions de detecció, revelació de la informació, descobriment i identificació. En aquest sentit, la prova de foc per a la *discoverability*, o descobribilitat, és que l'autor siga fàcilment localitzat per qualsevol motor de cerca. Al mateix temps, aquesta facilitat es relaciona amb la capacitat que mostra el mateix autor per a emprendre accions de divulgació personal. És necessari desenvolupar iniciatives en les quals es comuniqui què és el que es fa i què és el que es publica. Els mitjans recomanats són les pàgines web individuals, participar en blogs i xarxes socials (Facebook, Twitter i LinkedIn), carregar les presentacions emprades en classes i congressos en la plataforma Slideshare o mantenir el currículum actualitzat en pàgines institucionals. Alhora convé no deixar de banda les xarxes especí-

1 [El Termcat recull el terme *descobribilitat* en català: http://www.termcat.cat/ca/cercaterm/discoverability?type=basic&thematic_area=&language=]

ficament acadèmiques i es recomana tenir perfils en ORCID, Google Scholar, Researcher ID, Scopus o Academia.eu (Baiget i Torres-Salinas, 2013: 87-88). Finalment, cal conèixer les reaccions que provoca un article seguint les citacions que genera a través de les xarxes acadèmiques esmentades o la repercussió social que té mitjançant el nombre de seguidors o de «m'agrada» en Facebook o Twitter. En resum, «cal tenir molt present que el contenidor, l'embolcall, el suport o la presentació —en definitiva, els aspectes formals— són tan importants com el contingut. No ho fem, però fins i tot estem temptats de dir que són més importants» (Baiget i Torres-Salinas, 2013: 90).

Per què, com i què cal fer comporten una manera d'actuar i unes decisions que no fan referència només a l'acte de publicar, sinó que també requereixen, per tant, una subjectivitat concreta i una manera de regular-la. En aquest sentit, resulta paradigmàtica, per clara i explícita, l'adaptació efectuada per Torres-Salinas (2013) del clàssic de la literatura d'autoajuda *Los siete hábitos de las personas altamente efectivas* —original de 1989 escrit per Stephen Covey— convertit en *Los siete hábitos de los investigadores altamente efectivos*.

Els tres primers hàbits s'enquadren en el nivell privat de l'investigador: mantenir una actitud proactiva sense esperar «que les coses passen» (Torres-Salinas, 2013: 10), i això es tradueix a proposar articles, debats i activitats; determinar objectius i visualitzar-los, cosa que en contribueix a la materialització, i organitzar el temps i les tasques d'acord amb la matriu de Covey, que distingeix combinacions entre les categories «important», «urgent», «no important» i «no urgent».

Els següents tres hàbits pertanyen a l'esfera pública de l'investigador. El primer, aplicar la lògica guanyar/guanyar (*win/win*) en compte d'adoptar una òptica de competència interna dins del mateix grup d'investigació. Al cap i a la fi, «una publicació ha de ser una victòria de grup» (Torres-Salinas, 2013: 11). El segon, comprendre i ser comprés, que apel·la a la revisió del punt de vista propi acceptant opinions alternatives. I el tercer i últim, aprofitar les sinergies de la divisió de funcions dins del grup. Encara falta,

però, un hàbit que engloba els sis anteriors: «Afil·lar la serra». L'expressió prové de l'original de Covey i remet a la història d'un llenyataire exhaust que tala fusta durant cinc hores i que es nega a afilar la serra perquè li suposaria perdre temps de treball (Covey, 2003: 176). L'acte d'afilar la serra es refereix metafòricament a la renovació constant que s'ha de dur a terme en les quatre dimensions bàsiques de la naturalesa humana: física, espiritual, mental i socioemocional. Si ho portem al terreny de la publicació, l'investigador altament efectiu fa aquesta renovació estant al dia de les novetats en el seu camp de coneixement, llegint treballs científics, aprenent nous mètodes, noves tècniques o nous idiomes (Torres-Salinas, 2013: 12). En síntesi, un programa de regulació conductual entorn de la publicació d'articles científics.

CRÍTICA DEL MODEL

Del discurs prescriptiu sobre la publicació científica, se'n desprén un model de docent-investigador-publicador amb quatre característiques fonamentals: l'autoheterovigilància estratègica, la racionalitat publicadora utilitària, el ritualisme intel·lectual i l'abstracció publicadora.

1. L'autoheterovigilància estratègica s'estructura a partir d'indicadors bibliomètrics, entre els quals hi ha el FI de les revistes o el nombre de citacions rebudes, que permeten calcular o estimar la rellevància de la producció científica, tant pròpia com aliena. I això, a la vegada, possibilita la planificació del comportament (Burrows, 2012; Berg et al., 2016); un control reflexiu de la conducta publicadora, condició essencial per a l'acumulació de capital científic (Bourdieu, 2008). Aquest, entès com una síntesi de coneixement tècnic i autoritat intel·lectual, habilita el posseïdor per a determinar, davant dels seus iguals, què és legítim o no com a pràctica o com a objecte d'estudi. A més, permet augmentar el marge d'acció de cada posició dins del camp acadèmic. Aquest marge d'acció, és, per exemple, el que s'obri amb l'activació del «cercle virtuos de la publicació». O, en altres

paraules, el trànsit des de l'article en revistes amb FI elevat, passant per ascensos, tribunals d'oposició i tesi, consells editorials, finançament i adquisició de recursos humans, fins a més articles amb els quals s'enforteix la posició respecte d'altres competidors.

2. La racionalitat publicadora utilitària remet a la maximització de l'esforç publicador. Es tracta d'una mena d'imperatiu que es podria abreujar així: procedeix de manera que les teues accions conduïsquen a l'augment de l'impacte de les teues publicacions. Aquesta maximització comporta una estimació o algun tipus de càlcul sobre els rèdits produïts per publicació. O, en vívida expressió d'Alvesson (2012), la instauració d'una mentalitat *ROIsearch*, barreja entre investigació (*research*) i l'acrònim ROI (*return of investment* o 'retorn sobre la inversió') propi del món dels negocis. Aquesta mentalitat al·ludeix a les preguntes per què i com publicar, així com a la finalitat que es dona al que es publica per a, precisament, determinar fins a quin punt és rendible o no una inversió en termes d'esforç investigador.

Ocorre que aquest tipus de mentalitat contradiu certs postulats institucionals que caracteritzen l'*ethos* científic clàssic: el comunisme, l'universalisme i el desinterés (McFarlane i Cheng, 2008). Sense ànim d'exhaustivitat, el comunisme es refereix al coneixement científic entès com un bé comú de lliure accés per a tota la comunitat. D'altra banda, l'universalisme al·ludeix a la possibilitat que l'investigador, independentment de les seues condicions culturals i socials, pugui contribuir al saber mitjançant l'aplicació del mètode i la lògica de la ciència. Per últim, el desinterés apunta a la supressió de les preferències personals a l'hora de validar o rebutjar les conclusions d'un treball científic, operacions que depenen exclusivament d'aquell mètode i d'aquella lògica. Davant d'aquesta tríada de valors, la racionalitat publicadora utilitària que alimenta la mentalitat *ROIsearch* afavoreix l'individualisme, el particularisme i l'interès.

L'individualisme es relaciona amb els poderosos incentius existents —reputació, reconeixement, ascens professional, finançament— per a una maximització personal de l'impacte de les publicacions en un context de competitivitat. Suposa, doncs, un desafiament a aquesta norma-valor que defineix el coneixement com una cosa que és de tots i, per tant, no és exclusiu de ningú. El particularisme està vinculat a les condicions específiques d'aquells investigadors que, per raons geogràfiques, lingüístiques o materials, ocupen una posició dominant en el flux de producció mundial de publicacions científiques. Això és, el punt de partida a escala global no és el mateix per a tots els que publiquen o pretenen publicar. Avance aquí aquesta qüestió que desenvoluparé més detingudament en la pròxima secció. Per últim, l'interès apunta a les eleccions oportunistes o estratègiques de temes, mètodes o enfocaments que potencialment poden maximitzar l'impacte de la publicació: qüestions candents que generen citacions al fil de tòpics en voga és la consigna a seguir (Espeland i Sauder, 2007; Fernández-Ríos i Rodríguez-Díaz, 2014).

3. El ritualisme intel·lectual al·ludeix a l'estandardització associada a la publicació científica. Si per què i com publicar, a més de què fer amb allò publicat, contempen un conjunt restringit i homogeni de procediments destinats a col·locar un article en una revista amb un FI elevat, el risc que se'n deriva és la producció seqüenciada d'articles amb aquella estructura, redacció i llengua o aquell enfocament, mètode i tema que més probabilitats tinga d'encaixar en aquestes revistes. Parle de ritualisme en la mesura que aquesta estandardització desproveeix la publicació de la seua finalitat primigènia, és a dir, la comunicació del coneixement, substituïda ara per la producció generalitzada d'articles científics.
4. L'abstracció publicadora es relaciona amb el nombre de publicacions i de citacions com a fonaments de la distinció científica. Es fa acompanyar d'un conjunt d'accions destinades

a promoure la figura de l'investigador que, al seu torn, també ambiciona incrementar-ne les referències als seus treballs. La seua comesa com a relacions públiques l'exposa al risc d'una autopromoció que redunde en l'exageració de la importància que s'hi atribueix, tant a ell com a les seues publicacions. Aquesta hiperbolització personal alimenta una tendència a la grandiositat en el grau de reputació i de notorietat que es comunica en les iniciatives de màrqueting individual (Alvesson, 2012).

Les quatre dimensions configuren un model de docent-investigador-publicador en el qual s'apel·la a les capacitats individuals concretades en estratègies de maximització d'oportunitats de publicació, d'autopromoció i d'autoavaluació. Simultàniament, la caracterització de l'entorn com un mitjà competitiu en el qual les normes són iguals per a tots condueix a una vigilància recíproca: entra en joc l'heteroavaluació, és a dir, el seguiment de la conducta publicadora aliena, així com el judici i l'opinió sobre el seu valor científic i reputacional. L'accent es posa, doncs, en l'individu i en la seua disposició a assumir i cultivar un patró de publicació científica estipulat.

No obstant això, un model d'aquesta naturalesa sostrau elements que considere essencials per a mantenir un debat informat sobre publicació científica. El cert és que fer un plantejament d'aquesta qüestió en termes essencialment individualitzats significa prescindir del quadre socioestructural en el qual es desenvolupa la investigació. L'amalgama d'acció individual i proactivitat investigadora ha de tenir-se-les amb la posició que ocupen els diferents països i els seus respectius sistemes científics en el sistema mundial de producció i distribució del coneixement (Alatas, 2003; Beigel, 2013). I en aquest sistema, la península Ibèrica s'alinea amb la semiperifèria en relació amb el centre, ocupat generalment pels Estats Units i el Regne Unit amb ramificacions puntuals a Holanda i Alemanya (Heilbron, 2014). Observant-ne les característiques del centre es comprenen millor els factors que singularitzen la semiperifèria. Al centre:

- a. el coneixement que s'hi produeix està relacionat amb qüestions i problemàtiques pròpies de societats centrals, i es prioritzen tradicions i models teòrics d'origen anglosaxó (Blagojevic i Yair, 2010);
- b. les universitats i els centres d'investigació mantenen un grau elevat de proximitat, contacte i col·laboració amb les principals editorials científiques;
- c. l'anglès és la llengua hegemònica en el camp de la publicació i de la comunicació científiques (Hamel, 2007);
- d. s'hi localitzen la major part de les entitats responsables d'elaborar els principals indicadors d'impacte, rànquings d'universitats i sistemes d'indexació.

D'altra banda, la semiperifèria,

- a. du a terme un procés de mediació que consisteix a canalitzar el coneixement que es produeix al centre i adaptar-lo des de l'anglès cap a les llengües perifèriques (Bennett, 2014a);
- b. desenvolupa moviments d'emulació del centre replicant-ne els patrons de publicació i internacionalització. Aquesta atracció actua com un factor de legitimació del docent-investigador-publicador. Entre les principals dinàmiques d'emulació, hi trobem la importació de models teòrics i tradicions de pensament centrals, que relega models i tradicions locals a un segon pla com una mena d'exotisme autòcton.
- c. desenvolupa també moviments de repulsió i allunyament amb relació al centre. Aquests moviments estan vinculats amb les condicions materials de les universitats i els centres d'investigació, precàries quan es comparen amb les centrals. A això cal sumar-hi les barres lingüístiques, que exigeixen inversions en traducció, a més de menys oportunitats de finançament de l'activitat investigadora. Tampoc no hem d'oblidar els temes i objectes d'estudi, relacionats amb la realitat nacional

o local i, per aquest motiu, poc susceptibles d'internacionalització, especialment si aquesta s'entén reductorament en clau anglosaxona (Blagojevic i Yar, 2010).

Quan el discurs prescriptiu sobre la publicació científica parla d'adaptar-se a l'estàndard internacional, de la maximització de l'impacte, del cicle virtuós de la publicació o de l'autopromoció personal, i ho fa vinculant-lo a la necessitat de ser proactiu i eficaç, el que ens pren és el vessant socioestructural del fenomen (Ampudia de Haro, 2017). La inclusió d'aquest vessant serveix per a plantejar-se si l'adopció d'aquest discurs, d'aquestes pràctiques, en definitiva, d'aquest model, resol les tensions derivades d'una posició semiperifèrica. I el que és més important, si el que es presenta com una competició global amb regles transversals per als competidors és, en realitat, una competició basada en condicions estructuralment desiguals en les quals les regles afavoreixen uns participants concrets que, al mateix temps, posseeixen certa capacitat per a determinar les condicions de la competició (Meriläinen, 2008). En ambdós casos, considere que la resposta és negativa: el model adquireix força prescriptiva defugint el vessant socioestructural. Només així aquest patró de publicació científica pot presentar-se com una qüestió que, substancialment, es resol en clau individual.

CONCLUSIÓ

Que es resolga en clau individual remet, segons l'òptica neofoucaultiana de la governamentalitat (Rose i Miller, 1992; De Marinis, 1999), a un tipus específic de racionalitat política que penetra la lògica d'aquest model de publicació. Parlar de racionalitat política és al·ludir al conjunt d'objectius que es persegueix quan s'exerceix el poder, als principis que els legitimen i a la concepció de la naturalesa dels individus governats. Aquest tipus específic és una racionalitat neoliberal que aposta per alinear aquells objectius amb la capacitat d'autogovern que se li presuposa a l'individu, concebut com un ser autònom (Hyndess, 1997).

Traslladant l'esquema al tema d'aquest article, resulten perfectament identificables els objectius del govern gerencialista de la universitat i de la publicació científica. En un context de competició en el qual es pugna per l'excel·lència, es persegueix la valoració econòmica del coneixement, la seua rendibilitat en clau de reputació, la captació de més quotes de mercat i l'atracció de recursos i mitjans de finançament. Enquadrada en aquesta lògica, la publicació és una de les eines al servei d'aquestes metes. Tanmateix, convé recordar que es tracta de publicació concebuda d'una manera específica, fet que presuposa una conducta publicadora també concreta. Assumint que els individus són autònoms, l'articulació d'aquesta autonomia amb els objectius de govern s'efectua mitjançant l'oferta didàctica en el terreny de la publicació. A partir d'aquest instant, és l'individu qui, exercitant-se autònomament, adopta la preceptiva d'aquesta oferta, indissociable d'una perspectiva de manteniment o millora de la situació professional. No fer-ho és sinònim de falta d'adaptació, de formulació d'excuses, de renúncia del desenvolupament personal i professional o de carència d'actituds. El cert és que, des d'aquest punt de vista, la racionalitat neoliberal d'aquest model de publicació obvia tot el vessant socioestructural de la qüestió i diposita el gruix de la responsabilitat en la iniciativa individual.

Aquesta operació suposa condemnar qui publica a una espècie d'exercici autotruncat en el qual es reproduïx un determinat patró publicador basat en mitjans estructuralment insuficients i desiguals. Bennett (2014b) fa servir una expressió irònica i interessant per a designar aquesta realitat: la síndrome del majordom. Així doncs, estableix una identificació amb una hipotètica classe superior, representada pel centre. Aquesta identificació aporta un toc de distinció en l'estatut acadèmic i científic davant de la hipotètica classe inferior, representada per la perifèria. Estem davant d'una metàfora que capta vívidament la situació de doble vincle que viu la semiperifèria acadèmica. D'una banda, hi figuren el desig i la pretensió d'integrar-se al centre, la qual cosa reporta capital científic a l'investigador, legitimitat a

la gestió de la ciència i avantatges financers i reputacionals a les universitats. De l'altra, però, existeixen dificultats estructurals —menys finançament i dèficits organitzatius—, es treballa amb llengües que no són l'anglès (Cabral, 2007) i part de l'agenda investigadora s'ocupa de temes locals-nacionals —les ciències socials resulten supèrflues si no es vinculen a les qüestions del món social en què es desenvolupen— difícilment compatibles amb una idea d'internacionalització de biaix anglosaxó.

En alternativa a la racionalitat neoliberal que domina el discurs de la publicació científica, existeixen altres concepcions que sí que reconeixen les constriccions socioestructurals. És a dir, no es resignen a la inevitabilitat d'aquella racionalitat alhora que admeten les limitacions de les propostes alternatives. Aquí, per citar aquelles que conec més bé, cal fer referència a la publicació en accés obert (Sádaba Rodríguez, 2014), la impugnació del FI com a criteri d'avaluació, finançament, contractació i promoció laboral per part de la Declaració de San Francisco sobre Avaluació Científica (DORA, 2013) o la moderació en el seu ús recomanada en el Manifest de Leiden (Hicks et al., 2015) i la reflexió oberta des del col·lectiu Indocentia sobre la universitat i el sistema d'avaluació del professorat (Fernández-Savater, 2016). Cap d'elles resta

valor a la publicació científica, però no concedeixen a la bibliometria la facultat d'avaluar-ne la qualitat mitjançant indicadors suposadament objectius. Eugene Garfield, a qui se sol atribuir la creació del FI, deia això sobre la seua criatura (2006: 93):

L'ús del FI per a avaluar persones té perills inherents. En un món ideal, els avaluadors llegirien cada article i emetrien la seua opinió personal (...). La major part de la gent no té temps per a llegir tots els articles que són rellevants. Encara que ho aconseguiren, la seua opinió estaria condemnada pels comentaris d'aquells que citaren els seus treballs.

Sobre els perills inherents, entenc que l'arquetip de docent-investigador-publicador i el furt intel·lectual del qual forma part en constitueixen una il·lustració. Sobre un món ideal, admet que no hi ha condicions perfectes, encara que sí que n'hi ha de perfectibles. Discutir la racionalitat neoliberal que presideix el discurs gerencialista i albirar altres possibilitats que tinguen en compte les desigualtats i insuficiències estructurals formen part d'aquesta perfectibilitat. Contravenint Garfield, qualsevol programa alternatiu hauria de partir d'una premissa simple i ambiciosa: tenir temps i ganes per a llegir, i jutjar el que és rellevant.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Fons primàries

- Alkema, D. (2015). *Springer Updates: E-books, Journals and Publishing Tips*. Sessió de formació impartida a la Universitat d'Aveiro (Portugal), 7 de maig de 2015. Recuperat de http://portal.doc.ua.pt/formacao/springer_D.pdf
- Baiget, T. i Torres-Salinas, D. (2013). *Informe APEI sobre publicació en revistes científicas. Informe APEI 7*. Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información. Recuperat de <http://www.apei.es/wp-content/uploads/2013/11/InformeAPEI-Publicacionescientificas.pdf>
- Covey, S. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: La revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa*. Buenos Aires: Paidós.
- Hawkins, E. (2012). *Publishing Scientific Research*. Sessió de formació impartida a la Universitat d'Aveiro (Portugal), 17 d'abril de 2012. Recuperat de <https://www.ua.pt/sbidm/biblioteca/PageText.aspx?id=15298>
- Toffolo, L. (2013). *Guia para publicar. GCP – Guide to Getting Publishing*. Sessió de formació impartida a la Universitat d'Aveiro (Portugal), 17 d'octubre de 2013. Recuperat de <https://www.ua.pt/sbidm/biblioteca/PageText.aspx?id=15298>

Torres-Salinas, D. (2013). *Cómo publicar en revistas científicas de impacto: Consejos y reglas sobre publicación científica* (4a ed.). Granada: EC3metrics. Recuperat de <https://ec3metrics.com/repositorio/>

Fonts secundàries

- Alatas, S. F. (2003). Academic Dependency and the Global Division of Labour in Social Sciences. *Current Sociology*, 51(6), 599-613.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2012). El nuevo debate sobre el gerencialismo. ¿Innovación creativa o maquiavelismo financiero? En L. E. Alonso i C. J. Rodríguez (ed.), *La financiarización de las relaciones salariales: Una perspectiva internacional* (p. 104-126). Madrid: Los libros de la Catarata.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2013). Los discursos del management: Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak. Revista de relaciones laborales*, 28, 42-69.
- Alvesson, M. (2012). Do we Have Something to Say? From Re-search to Roi-search and back Again. *Organization*, 20(1), 79-90. doi: 10.1177/1350508412460996
- Ampudia de Haro, F. (2017). O impacto de (não) ter impacto: Para uma sociologia crítica das publicações científicas. *Revista crítica de ciências sociais*, 113, 83-106. doi: 10.4000/rccs.6659
- Anderson, G. (2008). Mapping Academic Resistance in the Managerial University. *Organization*, 15(2), 251-270. doi: 10.1177/1350508407086583
- Archambault, E. i Larivière, V. (2009). History of the Journal Impact Factor: Contingencies and Consequences. *Scientometrics*, 79(3), 635-649.
- Blagojevic, M. i Yair, G. (2010). The Catch 22 Syndrome of Social Scientists in the Semiperiphery. Exploratory Sociological Observations. *Sociologija*, 52(4), 337-358.
- Beigel, F. (2013). El sistema académico mundial y las perspectivas del conocimiento producido en la periferia. *Pensamiento universitario*, 15, 15-34.
- Bennett, K. (2014a). Introduction. The Political and Economic Infrastructure of Academic Practice: «The Semiperiphery» as a Category for Social and Linguistic Analysis. En K. Bennett (ed.), *The Semiperiphery of Academic Writing. Discourses, Communities and Practices* (p. 1-10). Londres: Palgrave MacMillan.
- Bennett, K. (2014b). The «Butler» Syndrome: Academic Culture on the Semiperiphery. *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, 69, 155-171.
- Berg, L. D., Huijbens, E. H. i Larsen, H. G. (2016). Producing Anxiety in the Neoliberal University. *The Canadian Geographer*, 60(2), 168-180.
- Bourdieu, P. (2008). *Homo Academicus*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Burrows, R. (2012). Living with the h-index? Metric Assemblages in the Contemporary Academia. *The Sociological Review*, 60(2), 355-372.
- Cabral, J. (2007). Língua e hegemonia nas ciências sociais. *Análise social*, 182, 233-237.
- Comissió de les Comunitats Europees (2005). *Movilizar el capital intelectual de Europa: Crear las condiciones necesarias para que las universidades puedan contribuir plenamente a la estrategia de Lisboa*. Brussel-les: Comissió de les Comunitats Europees.
- Chiapello, È. i Fairclough, N. (2002). Understanding the New Management Ideology: A Transdisciplinary Contribution from Critical Discourse and New Sociology of Capitalism. *Discourse & Society*, 13, 185-208.
- De Angelis, M. i Harvie, D. (2009). Cognitive Capitalism and the Rat Race: How Capital Measures Immaterial Labour in British Universities. *Historical Materialism*, 17(3), 3-30.
- De Marinis, P. (1999). Gobierno, gubernamentalidad, Foucault y los anglofoucaultianos (o un ensayo sobre la racionalidad política del neoliberalismo). En R. Ramos i F. García Selgas (ed.), *Globalización, riesgo, reflexividad: Tres temas de la teoría social contemporánea* (p. 73-103). Madrid: CIS.
- DORA, Declaració de San Francisco sobre Avaluació Científica (2013). *Proposal for Thomson Reuters to Modify the Journal Impact Factor*. Recuperat de <https://sfdora.org/read/>
- Elias, N. (1987). *El proceso de la civilización*. Madrid, Ciutat de Mèxic: Fondo de Cultura Económica.
- Espeland, W. N. i Sauder, M. (2007). Rankings & Reactivity: How Public Measures Recreate Social World's. *American Journal of Sociology*, 113(1), 1-40.
- Fernández-Ríos, L. i Rodríguez-Díaz, J. (2014). The Impact Factor Style of Thinking: A New Theoretical Framework. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 14, 154-160.

- Fernández Rodríguez, C. J. (ed.) (2007a). *Vigilar y organizar: Una introducción a los Cultural Management Studies*. Madrid: Siglo XXI.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2007b). *El discurso del management: Tiempo y narración*. Madrid: CIS.
- Fernández-Savater (2016, febrer 19). Disciplinar la investigación, devaluar la docencia: cuando la universidad se vuelve empresa. *Eldiario.es*. Recuperat de http://www.eldiario.es/interferencias/Disciplinar-investigacion-devaluar-docencia-Universidad_6_486161402.html
- Garfield, E. (2006). The History and Meaning of the Journal Impact Factor. *The Journal of the American Medical Association*, 295(1), 90-93.
- Gómez, L. i Jódar, F. (2013). Ética y política en la universidad española: La evaluación de la investigación como tecnología de la subjetividad. *Athenea digital: Revista de pensamiento e investigación social*, 13(1), 81-98. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenead/v13n1.1169>
- Goyanes, M. (2015). Hacia una investigación estandarizada. *Observatorio (OBS) Journal*, 9(3), 85-99. doi: <http://dx.doi.org/10.7458/obs932015826>
- Hamel, R. E. (2007). The Dominance of English in the International Scientific Periodical Literature and the Future of Language Use in Science. *AILA Review*, 20, 53-71.
- Heilbron, J. (2014). The Social Sciences as an Emerging Global Field. *Current Sociology*, 62(5), 685-703.
- Herzog, B., Pecourt, J. i Hernández i Dobon, F. (2015). La dialéctica de la excelencia académica: De la evaluación a la medición de la actividad científica. *Arxius de sociologia*, 32, 69-82.
- Hicks, D. i Potter, J. (1991). Sociology of Scientific Knowledge: A Reflexive Citation Analysis or Science Disciplines and Disciplining Science. *Special Studies of Science*, 23(3), 459-501.
- Hicks, D., Wouters, P., Waltman, L., Ricjke, S. i Rafols, I. (2015). Bibliometrics: The Leiden Manifesto for research metrics. *Nature*, 520, 429-431.
- Hyde, A., Clarke, M. i Drennan, J. (2013). The Changing Role of Academics and the Rise of Managerialism. En B. M. Kehm i U. Teichler (ed.), *The Academic Profession in Europe: New Tasks and Challenges* (p. 39-52). Heidelberg/Londres/Nova York: Springer.
- Hyndess, B. (1997). *Disertaciones sobre el poder: De Hobbes a Foucault*. Madrid: Talasa.
- Kehm, B. M. i U. Teichler, U. (ed.) (2013). *The Academic Profession in Europe: New Tasks and Challenges*. Heidelberg/Londres/Nova York: Springer.
- Klikauer, T. (2015). What is Managerialism? *Critical Sociology*, 41(7-8), 1103-1119.
- Larivière, V., Haustein, S. i Mongeon, P. (2015). The Oligopoly of Academic Publishers in the Digital Era. *PLoS ONE*, 10(6). doi: <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0127502>
- Marugán Pintos, B. i Cruces Aguilera, J. (2013). Fragmentación y precariedad en la Universidad. *Sociología del trabajo*, 78, 10-34.
- Meriläinen, S., Tienari, J., Thomas, R. i Davies, A. (2008). Hegemonic Academic Practices: Experiences of Publishing from the Periphery. *Organization*, 15(4), 584-597. DOI: 10.1177/1350508408091008
- McFarlane, B. i Cheng, M. (2008). Communism, Universalism and Disinterestedness: Re-examining Contemporary Support Academics for Merton's Scientific Norms. *Journal of Academic Ethics*, 6(1), 67-78.
- Rose, N. i Miller, P. (1992). Political Power beyond the State: Problematics of Government. *The British Journal of Sociology*, 43(2), 173-205.
- Sádaba Rodríguez, I. (2014). El acceso abierto en ciencias sociales: Notas sociológicas sobre publicaciones, comunidades y campos. *Argumentos de razón técnica*, 17, 93-113.
- Santiago, R., Carvalho, T. i Ferreira, A. (2013). As universidades portuguesas na senda da investigação empreendedora: Onde estão as diferenças? *Análise social*, 208, 594-620.
- Strathern, M. (ed.) (2000). *Audit Cultures: Anthropological Studies in Accountability, Ethics and the Academy*. Londres / Nova York: Routledge.
- Villasante, M. (2016, desembre 21). El profesor orquesta: Un modelo que lastra a la universidad española. *El Mundo*. Recuperat de <http://www.elmundo.es/f5/campus/2016/12/21/585999eee2704e98698b45fc.html>

NOTA BIOGRÀFICA

Fernando Ampudia de Haro es graduà en Sociologia (1998) i completà un doctorat (2004) en Sociologia a la Universidad Complutense de Madrid. Màster en Economia Social i Solidària en ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa (2016), va rebre el Premi Extraordinari de la Universidad Complutense per la seua tesi doctoral *La civilización del comportamiento: buenos modales y civilidad en España desde la Edad Media hasta nuestros días*.

Investigador postdoctoral. Beca d'investigació postdoctoral d'FCT (2006-2012) a l'Institut d'Història Contemporània (IHC - Universidade Nova de Lisboa). Combina la investigació amb la docència en diferents universitats, tant a Espanya com a Portugal.

Les seues publicacions comprenen diverses àrees: sociologia històrica, sociologia política, sociologia de les emocions, sociologia de la cultura i sociologia econòmica. Les seues principals línies d'investigació són els processos civilitzatoris, els estudis de governamentalitat i els models socials de comportament i emocions.



«Woman, manage your life!» El discurs de la conciliació laboral-familiar en la literatura popular del *management* dirigida a dones*

Maria Medina-Vicent

UNIVERSITAT JAUME I

medinam@uji.es

ORCID: 0000-0002-2716-6786

Rebut: 24/05/2018

Acceptat: 01/12/2018

RESUMEN

Els càrrecs de *management* han estat tradicionalment ocupats per homes i associats, per tant, a allò masculí. En conseqüència, el model de direcció empresarial normatiu ha tingut aspectes excloents per a les dones. Per aquesta raó, entre d'altres, la qüestió de la conciliació entre la vida laboral i familiar no ha format part dels temes centrals de la literatura del *management*. I és que, responen a aquesta normativitat masculinitzada, es donava per fet que el rol del mànager estava exclusivament associat a la seua presència en l'esfera pública, és a dir, les qüestions associades tradicionalment a la cura de la família i a allò privat quedaven fora de l'equació. No obstant això, amb la progressiva incorporació de les dones a la gerència, noves qüestions han passat a configurar l'agenda del *management*.

En aquest article pretenem estudiar de quina manera s'ha incorporat la qüestió de la conciliació de la vida laboral i familiar en la literatura del *management* dirigida a dones. Ens interessa especialment identificar la clau en què es construeix aquest discurs, és a dir, discernir si a través de la seua formulació es promou una presència de les dones en els càrrecs de direcció des d'una visió transformadora i igualitària que pose èmfasi en les polítiques de conciliació com una necessitat patent o, si bé, es continua assignant a les dones la responsabilitat única de la gestió de l'espai privat de manera estereotípica i excloent.

Paraules clau: literatura gerencial, perspectiva de gènere, conciliació de la vida laboral i familiar.

ABSTRACT. *Woman, manage your life! The family-work balance discourse in the popular management literature aimed at women*

Management posts have traditionally been held by men. Consequently, the business management normative model has dictated the rules women should follow. Among other reasons, this is why the issue of work-life balance has been sidelined in popular management literature. In line with these male-dictated rules, it was always blithely assumed that the manager's role was exclusively linked with his public presence — in other words, family and care issues were left out of equation. However, as more and more women become managers, new issues have shaped the management agenda.

In this paper, we study how the issue of work-life balance has been incorporated in popular management literature for women. We are particularly interested in identifying whether the discourse on women's presence in management enshrines: (1) a transformative, egalitarian vision (requiring policies fostering work-life balance), or (2) a view that sees women's traditional household roles as something belonging to the private sphere, leaving them disadvantaged and bereft of support as they pursue their management careers.

Keywords: management literature, gender perspective, work-life balance.

* Aquest treball s'inscriu en el marc del Projecte d'Investigació Científica i Desenvolupament Tecnològic FFI2016-76753-C2-2-P, finançat pel Ministeri espanyol d'Economia i Competitivitat.

SUMARI

Introducció.

Identificant la literatura proempresarial.

El discurs de la conciliació en la literatura popular del *management* dirigida a dones.

Conclusió.

Autora per a correspondència / Corresponding author: Maria Medina-Vicent, Departament de Filosofia i Sociologia. Universitat Jaume I. Av. Sos Baynat s/n. E-12071 Castelló de la Plana (Espanya).

Citació suggerida / Suggested citation: Medina-Vicent, M. (2019). *Woman, manage your life!* El discurs de la conciliació laboral-familiar en la literatura popular del *management* dirigida a dones. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 63-76. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.5>

INTRODUCCIÓ

Analitzar la literatura popular del *management* és una de les maneres més oportunes de conèixer el discurs de la gestió empresarial vigent en la societat neoliberal. La raó central és que aquest tipus d'obres reflecteixen i difonen les modes de gestió que més popularitat tenen en el món del *management* (Collins, 2000; Clark, 2004). En la mesura que aquest tipus de literatura és consumida de forma massiva per part dels quadres directius de les empreses mundialment, d'una manera o d'una altra, els discursos que hi apareixen acaben configurant la tasca de la direcció empresarial i la doten de certs valors, principis d'acció i lògiques de raonament.

A més, si tenim en compte que la ideologia de la gestió empresarial no només forma part dels discursos econòmics sinó també dels discursos polítics, tecnològics, socials i culturals (Fernández Rodríguez i Gantman, 2011: p. 161; Fernández Rodríguez i Medina-Vicent, 2017), resulta interessant endinsar-se en aquest espai a la recerca de les claus actuals sobre el discurs de la conciliació, així com identificar què té a dir l'empresa sobre aquesta qüestió. I és que els i les mànagers seran les persones encarregades de traduir les premisses de gestió que es troben en aquesta literatura, també referides a l'objecte que ens ocupa (Gowler i Legge, 1986). Per aquesta raó, és important conèixer quins discursos sobre la conciliació estan presents en aquest tipus d'obres, ja que aquesta concepció influirà en la

posada en pràctica de la direcció empresarial, fet que condicionarà la presència de les dones en l'empresa en general i en l'alta direcció en particular.

Així doncs, ens centrarem en l'anàlisi de la literatura gerencial dirigida específicament a dones per tractar d'abordar la qüestió de la conciliació, tot i saber que el gruix de la literatura gerencial (considerada neutra respecte del gènere del públic a qui es dirigeix, però altament masculinitzada) no tracta aquesta qüestió. És a dir, és en la literatura gerencial dirigida a dones on es comença a plantejar la qüestió de la gestió de la vida laboral i familiar, una mostra clara que la masculinització que acabem d'esmentar és present en el món de la gestió.¹ En aquesta línia, abans d'iniciar la nostra anàlisi, cal fer una breu introducció al fenomen de la literatura popular del *management* dirigida a dones. Per començar, hem de tenir molt present que el món empresarial ha estat tradicionalment masculí, raó per la qual les seues estructures es troben, en gran mesura, masculinitzades, i els models de lideratge són majori-

1 Segons dades de l'Institut de la Dona i per a la Igualtat d'Oportunitats, concretament en les dades referides a *Mujeres en Cifras – Poder y Toma de Decisiones – Poder Económico*, l'any 2015 les dones ocupaven un 2,90% dels càrrecs de CEO de les empreses de l'IBEX-35, i un 14,30% dels llocs executius. Aquestes xifres es mantenen constants des de l'any 2014, sense que se'n aprecie un creixement considerable.

tàriament masculins (Baxter, 2010; Hearn i Collinson, 1996), i això es veu reflectit en la literatura popular del *management* dirigida a dones (Kelan, 2008).

Des del nostre punt de vista, la incorporació progressiva de dones en càrrecs de direcció és el preàmbul necessari per a l'aparició de la literatura popular del *management* dirigida a dones (Orser i Elliott, 2015). I és que, si tenim en compte que el públic objectiu a qui es dirigeix la literatura gerencial en la seua acceptió més genèrica són els mànagers, tal com Pagel i Westerfelhaus (2005: 421) han estudiat, la deducció lògica és que en incorporar-hi la variable de gènere, aquest públic es torna més específic, és a dir, dones mànagers. Tenint en compte aquesta realitat, en les últimes dècades el subjecte o públic objectiu al qual es dirigeix la literatura popular del *management* ha estat reformulat en alguns aspectes per tal d'aconseguir que les directives s'identifiquen amb l'evolució del *storytelling* empresarial.

En conclusió, el món empresarial es troba altament masculinitzat, en especial els càrrecs de direcció. Atesa aquesta realitat, resulta lògic que el món de la literatura popular del *management* reflectisca la mateixa masculinització, fet que es fa palès en la preeminència de gurus homes de la gestió (Clark i Salaman, 1996), així com en l'escassa o nul·la atenció que es presta a la qüestió de gènere en les obres del *management* (Collinson i Hearn, 1994). No obstant això, en les obres dirigides directament a les dones professionals sí que s'hi escometen temàtiques tradicionalment relacionades amb el rol del gènere femení, entre les quals es troba la gestió de la llar i la cura de la família. Per tant, resulta lògic deduir que si desitgem abordar el discurs de la conciliació de la vida laboral i familiar en la literatura popular del *management*, ens hem d'atènyer a la literatura que es dirigeix a les dones professionals, ja que aquesta qüestió no es troba contemplada en els temes que vertebreren aquesta literatura en la seua acceptació general, això és, pensada per a un públic masculí.

En aquest article d'investigació ens proposem dos objectius centrals. En primer lloc, identificar la clau en què es construeix el discurs de la gestió empresarial sobre la conciliació de la vida laboral i familiar, és a

dir, discernir si a través de la formulació del discurs s'està promovent la presència de dones en els càrrecs de direcció des d'una visió transformadora i igualitària o si es continua assignant a les dones l'espai privat d'una manera estereotípica i exclouent. En segon lloc, reflexionar, des d'una perspectiva ètica i feminista, si el discurs sobre la conciliació, tal com es formula en aquest tipus de literatura, té per objectiu una doble explotació de les dones, tant en l'àmbit productiu com en el reproductiu, o si, per contra, les allibera de les imposicions dels rols de gènere tradicionals. Així doncs, l'ambivalència del discurs sobre la maternitat de les mànagers ens mostrarà les dicotomies que prevalen en el món laboral respecte d'aquests àmbits.

Pel que fa a la metodologia, l'anàlisi del discurs de la literatura popular del *management* dirigida a dones que desenvoluparem, a més de posar el focus d'atenció en l'aspecte estructural, focalitzarà en el discerniment de la ideologia i els discursos impresos en les obres. En aquesta anàlisi rastrejarem el text seguint les petjades enunciatives que ens parlen de les prescripcions comportamentals que es llancen a les dones professionals amb relació a la conciliació, i de manera indirecta a la maternitat. Concretament, pretenem identificar els valors i els comportaments prescrits a les dones que també són mares dins de l'empresa, especialment dins de l'alta direcció.

Per això, caldrà prestar especial atenció a certs aspectes lingüístics continguts en el llenguatge prescriptiu i imperatiu i el llenguatge avaluatiu. Per analitzar els aspectes esmentats anteriorment en les obres que conformen la nostra mostra, ens basarem en l'*Appraisal Theory* o Teoria de la Valoració² (Eggins i Slade, 1997; Martin,

2 Segons l'autor James R. Martin, l'*Appraisal Theory* fa referència a «the semantic resources used to negotiate emotions, judgements, and valuations, alongside resources for amplifying and engaging with these evaluations» (2000: 145). Per tant, aquesta teoria explora en quins contextos, de quina manera i amb quins recursos lingüístics s'arriben a expressar, negociar i naturalitzar determinades posicions intersubjectives i, en última instància, ideològiques, dels parlants. Per això, ens interessa especialment aquesta metodologia, perquè ens remet directament a les negociacions sobre judicis i valoracions.

2000; Martin i White, 2005), que ofereix un model estàndard per a l'anàlisi de l'avaluació en el discurs, i l'aplicació de la qual ha estat àmpliament comprovada en diferents contextos acadèmics.

A partir dels indicadors establerts per Martin i White (2005), farem la nostra pròpia selecció d'acord amb els objectius de la nostra investigació. En primer lloc, ens centrarem a identificar els manaments, els enunciats imperatius i/o prescripcions, que poden referir-se a comportaments, accions i/o decisions que s'aconsella a les dones professionals. Ens interessa prestar especial atenció als verbs modals *have to*, *must*, *ought to*, *should*, *can*, *could* i *do* —també en les corresponents formes negatives— utilitzats per a expressar necessitat o obligació i per a fer recomanacions.

En segon lloc, haurem d'identificar els enunciats que ens remetent al llenguatge avaluatiu, és a dir, aquells fragments que ens indiquen quines accions i decisions són bones i quines són dolentes per al futur de les dones professionals de l'empresa. Quant als termes positius, tractarem d'identificar paraules com *good*, *ok*, *right*, *value*, *nice*, *convenient*, *adequate*, *satisfying*, *possible*... I pel que fa a termes negatius, identificarem paraules com *bad*, *wrong*, *mistake*, *error*, *failure*, *dissatisfying*, *impossible*...

Així doncs, a partir de les bases metodològiques que ens aporta l'*Appraisal Theory*, aconseguirem discernir quins discursos vertebren la qüestió de la conciliació de la vida laboral i familiar en aquest tipus de literatura, és a dir, si es tracta d'un discurs transformador o si, al contrari, es tracta d'un discurs que essencialitza la figura de la dona com a mare dins de l'empresa. Per últim i per tal que la nostra tasca d'anàlisi siga tan completa com siga possible, haurem de tenir en compte també les categories següents: *work-life balance*, *personal life*, *care*, *children*, *family*, *mother* i *maternity*.

IDENTIFICANT LA LITERATURA PROEMPRESARIAL

La pregunta que ens convida a fer aquesta investigació és la següent: quins són els valors, els comportaments,

les accions que es prescriuen a les dones professionals en la literatura popular del *management* i que estan relacionats amb la conciliació de la vida personal i laboral, i el seu paper com a mares? Tot seguit formulem la hipòtesi d'investigació: els valors i comportaments prescrits a les dones professionals i mares en l'àmbit empresarial, especialment en l'alta direcció, reproduïxen els estereotips de gènere tradicionals i sexistes, la qual cosa posa aquest grup en una situació de desavantatge respecte dels seus companys homes i promou una empresa immoral en què la igualtat de gènere no té cabuda.

Així doncs, si entenem el corpus com «una col·lecció finita de materials, determinada prèviament per l'analista, amb una certa (inevitable) arbitriietat, sobre la qual treballarà» (Barthes, 1997: 80), veurem que ha de reproduir el complex sistema d'oposicions i confluències que es donaria en el total d'aquesta literatura. A més, ha de presentar una homogeneïtat d'acord amb els criteris que s'han definit en la investigació, i que passem a explicar en els paràgrafs següents.

En primer lloc, hi trobem el criteri cronològic. En aquest cas, ens centrarem en l'estudi de les obres editades dins del període 2010-2015, amb l'objectiu d'obtenir una anàlisi dels valors més recents associats a les dones dins de l'empresa. En segon lloc, hi ha el criteri geogràfic, que resulta molt important també, ja que la major part d'aquest tipus d'obres solen pertànyer a autors/es anglosaxons/es i normalment estan editades a l'Amèrica del Nord o al Regne Unit (Fernández Rodríguez, 2007), tot i que s'han exportat a altres països de manera incontestable (Fernández Rodríguez, 2011; Gantman, 2017). En tercer lloc, hem establert un criteri referit als autors i les autores i a la seua popularitat. En un món com el del *management*, la reputació i la fama són clau per a la difusió de les idees exposades en aquest tipus d'obres. En quart lloc, prestarem especial atenció a les crítiques que hagen rebut les obres per part de periòdics de gran tirada, així com per part d'altres autors i autores de prestigi reconegut. En cas que no es puga accedir al nombre total de vendes de les obres en el moment de fer-ne la selecció, ens centrarem en el nombre de

cerques realitzades a través del cercador de compres Amazon, plataforma que en recull els exemplars per vendre'ls i els classifica en funció de la popularitat o del nombre de vendes entre els clients.

Els rànquings d'Amazon es basen en la qualitat entesa com el nombre de vendes aconseguides per les obres en la web (Noguera, 2015). En el nostre cas, ens hem centrat en la categoria *Business & Money*, i en la subcategoria específica *Women & Business*, on se situarien les obres que conformen el nostre corpus teòric, confeccionat mitjançant l'ús de les paraules clau següents: *women's leadership*, *female leadership*, *business*, *entrepreneurship*, *success*, etc. Cal recordar que l'ordre d'aparició dels llibres en aquest cercador és el resultat dels factors de popularitat i rellevància.

A continuació disposem la llista de la mostra seleccionada:

1. *Mistakes I Made at Work: 5 Influential Women Reflect on What They Got Out of Getting It Wrong*, de Jessica Bacal (2014).
2. *Work with me. How Gender Intelligence can help you succeed at work and in life*, de Barbara Annis i John Gray (2013).
3. *How Women Lead: The 8 Essential Strategies Successful Women Know*, de Sharon Hadary i Laura Henderson (2013).
4. *Who Says It's a Man's World: The Girls' Guide to Corporate Domination*, de Emily Bennington (2013).
5. *Lean In: Women, Work and the Will to Lead*, de Sheryl Sandberg (2013).

EL DISCURS DE LA CONCILIACIÓ EN LA LITERATURA POPULAR DEL *MANAGEMENT* DIRIGIDA A DONES

En aquest apartat tractarem d'identificar les premisses principals sobre les quals es construeix el discurs sobre la conciliació de la vida laboral i familiar en la literatura popular del *management* dirigida a dones.

Per començar, cal destacar que la conciliació de la vida familiar i laboral és un dels temes principals que apareix en totes les obres. Això ens permet concloure que el tema resulta central en la configuració de la literatura popular del *management* dirigida a dones; en canvi, no el trobem en el vessant general. No obstant això, lluny de mantenir una posició homogènia sobre el problema, les aproximacions que es fan sobre aquesta problemàtica són diferents en cada obra i poden arribar a ser, fins i tot, contradictòries. A continuació, s'hi han recopilat les citacions que hi fan referència directa per tal de poder establir les conclusions oportunes sobre aquest fenomen.

En primer lloc, una de les qüestions més destacades en les obres és la referència a la pressió social que les dones senten en relació a tenir-ho tot, és a dir, tenir una carrera professional d'èxit, però també poder formar una família per a la qual, com no, hauran de ser devotes, d'acord amb els estàndards tradicionals fixats. Per tant, trobem reflectida la pressió social referida al fet que les dones han de respondre a uns rols de gènere tradicionals, tant en l'àmbit públic com en el privat, i han de donar resposta no només a les necessitats del sistema econòmic i social en què es troben, sinó també a les necessitats procedents de la seua família.

D'aquesta manera, malgrat que es reconeix la pressió derivada d'aquesta exigència social dirigida a les treballadores, la manera com s'aborda la problemàtica ens fa pensar que la incorporació de les dones al món laboral no suposaria un abandonament del seu rol tradicional centrat en la cura i l'espai privat, sinó que s'ampliaria envers una doble explotació del seu temps (Carrasquer, 2009). Així doncs, el reconeixement de l'existència d'aquesta pressió social sobre la dona es produeix en totes les obres; ara bé, el missatge que s'hi dona a les lectores varia fins al punt que pot resultar contradictori, tal com es pot observar tot seguit.

YOU CAN HAVE IT ALL

She'd been thinking about the pressure that women can feel «to do everything». (Bacal, 2014: 65)

She can have it all. She just doesn't need to do it all! (Annis i Gray, 2013: 240)

A woman can be as ambitious as she wants to be, build a successful career that she can be proud of, and have a personal life that brings her joy and satisfaction—regardless of whether she's single or married, and with or without children or others to care for. (Annis i Gray, 2013: 241)

Without fear, women can pursue professional success and personal fulfillment—and freely choose one, or the other, or both. (Sandberg, 2013: 24)

The good news is that not only can women have both families and careers; they can thrive while doing so. (Sandberg, 2013: 23-24)

We need more portrayals of women as competent professionals and happy mothers—or even happy professionals and competent mothers. (Sandberg, 2013: 24)

YOU CAN'T HAVE IT ALL

You can't have a life and a career. Read what that woman executive is saying on her article, «You can't have it all». (Annis y Gray, 2013: 240)

But, they (women) realize they cannot be everything to everybody at the same time, and that's okay. (Hadary y Henderson, 2013: 145)

Due to the scarcity of this resource, therefore, none of us can «have it all», and those who claim to are most likely lying. (Sandberg, 2013: 121)

Having it all is best regarded as a myth. And like many myths, it can deliver a helpful cautionary message. (Sandberg, 2013: 121-122)

Trying to do it all and expecting that it all can be done exactly right is a recipe for disappointment. (Sandberg, 2013; 123)

Over the years, I learned that you can have it all—just not at the same time. (Bennington, 2013: 31)

A partir d'aquesta contraposició de citacions extremes de les obres analitzades, podem identificar una

ambigüitat estratègica (Eisenberg, 2009) en els arguments exposats per les autores, és a dir, un vaivé de consells contradictoris pel que fa a la gestió de la vida professional i de la vida personal de les treballadores. Aquests consells o prescripcions dirigits a les dones resulten tan ambigus que no ens permeten establir una conclusió tancada sobre si en les obres es prescriu a les lectores «tenir-ho tot»³—intentar ser treballadores d'èxit i mares al mateix temps— o «no tenir-ho tot»—escollir entre tenir una carrera d'èxit o tenir una família. És a dir, no sabem amb certesa si a través de les obres es pretén conservar un model de dona líder que *ha de tenir* una família de manera irrenunciable o si s'insta les lectores a centrar-se en l'èxit professional.

Així doncs, podem atrevir-nos a afirmar que no es prescriu un tipus de comportament concret, sinó més bé un discurs de la lliure elecció molt relacionat amb el que anomenarem el «nou esperit del capitalisme» (Boltanski i Chiapello, 2002), que veurem més endavant. Aquesta ambigüitat estratègica resulta bastant contraproduent per a les lectores, atès que la intenció principal d'aquestes obres és servir de manual per a l'acció de la dona en l'empresa. Tanmateix, des del nostre punt de vista, aquesta ambigüitat no ha de sorprendre'ns, ja que a partir d'aquesta lògica es manté les dones en una zona intermèdia de reclamacions constants, és a dir, com que no s'estipula què és el més correcte, si tenir-ho tot o no tenir res, se les situa en una posició més vulnerable en la qual qualsevol decisió que prenguen pot ser socialment recriminada (Hayden i O'Biren, 2010), i aquest fet també està estretament relacionat amb la lògica del neoliberalisme (De Miguel, 2015).

En segon lloc, i encara que l'ambigüitat estratègica de les obres que conformen la literatura popular del *management* seguirà essent una característica central,

³ El dilema de «tenir-ho tot», o «*having it all*», està molt present en la teoria política feminista actual (Genz, 2010). Si bé cal assenyalar que no sempre es refereix a qüestions de conciliació entre la vida laboral i la familiar, sí que reflexiona entorn de les contradiccions a què estan subjectes les dones en l'espai neoliberal

a partir de l'anàlisi feta podem sostenir que hi ha un rebuig general a la idea del *work-life balance*. En general, les autores consideren que aquest concepte no serveix per a reflectir la realitat de les dones que treballen i tenen família, ja que, des del seu punt de vista, aquest concepte implica portar dues vides separades, i no la integració de les dues. Així doncs, aquest concepte no permet aconseguir un equilibri o una harmonia real sinó que separa espais, crea dues vides diferents per a aquestes dones, quan el que importa és integrar-les. No obstant això, tampoc no es proposa un altre concepte que pugui donar resposta a aquesta necessitat de les dones directives que les autores reconeixen. La qüestió que mirem d'explicar es pot veure reflectida a continuació:

The idea of work-life balance is not necessarily helpful. If you are immersed in your work and raising a family, you might feel a lot of good things—but it may not include «balanced». (Bacal, 2014: 71).

The idea of «work-life balance» with the concept of «managed disequilibrium» (a phrase she first heard from Google's Eileen Naughton) because no ambitious woman is ever going to feel that things are «in balance». Instead, we have to find what's meaningful to us and create conditions in which we can thrive. (Annis i Gray, 2013: 103).

The phrase «work-life-personal life balance» suggests a need to create time equality between two competing lives, as if the possibility of finding an optimal distribution of time between both lives can be found. This is a near-possible task, particularly for women. (Annis i Gray, 2013: 231).

D'altra banda, les citacions anteriors deixen entreveure altres idees centrals de les obres; ens referim a la lògica de l'elecció. El que sí que li queda clar a la lectora és que té dret a decidir què farà respecte del tema, és a dir, existeix un discurs de l'elecció que ens remet a la idea que, al final, cada dona ha de decidir quines qüestions de la seua vida són prioritàries i, una vegada decidit això, actuar en conseqüència. Som testimonis, doncs, d'una forta lògica individualista que impregna aquest tipus d'obres. I d'aquesta manera, una qüestió social,

com la conciliació de la vida laboral i la personal, es tracta com si fora un problema individual, una simple qüestió de decidir personalment què és el que més ens importa com a dones.

D'aquesta manera, es trivialitza i es redueix al mínim de significació un problema que condiona la vida de les dones en les societats actuals. No obstant això, aquesta individualització dels problemes col·lectius respon a la lògica del neoliberalisme, que en la seua intersecció amb la qüestió de gènere, situa la culpa i la responsabilitat sobre els múscles dels individus (Gill i Scharff, 2011; Kelan, 2010), tal com es pot observar en les citacions següents:

You have to decide what you want to do and when. Some women have chosen to have a family early and a career later; others have focused on their career early and had a family later. Many have decided to do both simultaneously. You do not need to focus exclusively on one or the other. (Hadary i Henderson, 2013: 37).

Based on your values, you have to decide what aspects of your life take precedence at different times. (Hadary i Henderson, 2013: 146).

You have to make one thing a priority and achieve balance that way, rather than trying to everything all at once. (Bennington, 2013: 31).

They are told over and over again that they have to choose, because if they try to do too much, they'll be harried and unhappy. (Sandberg, 2013: 23).

She decided how she wanted to manage her career and family and never claimed that her choice should apply to anyone else. (Sandberg, 2013: 161).

Com que se situa la responsabilitat de la tria en les dones individuals, es deixa de banda la responsabilitat de l'organització a l'hora de gestionar aquestes problemàtiques, així com dels governs per actuar en aquest sentit (Sørensen, 2017). Veiem que malgrat que es tracta d'una qüestió que afecta la majoria de les dones que treballa en l'àmbit públic i que té una família, amb fills menors o amb persones

grans o dependents de les quals cal fer-se càrrec, la qüestió s'escomet novament com un «problema d'organització personal», despolititzant la lluita feminista i responent, de nou, a la lògica neoliberal que desarticula el feminisme (Park, Wahab i Bhuyan, 2017). És a dir, des de la perspectiva inscrita en aquest tipus d'obres, la conciliació laboral i familiar és un problema de la dona individual a l'hora d'organitzar el seu temps per encarregar-se del treball i la família. Conseqüentment, aquesta realitat ens fa, de nou, testimonis que les qüestions relatives a la igualtat de gènere de l'empresa es tracten, en aquestes obres, de manera superficial i des d'una posició gens transformadora de la realitat, que, com veiem, acaba sent una simple qüestió d'organització individual.

Many women have learned that what is more important is establishing rituals and routines your children can count on. (Hadary i Henderson, 2013: 154).

Ask your family members what is most important to them. (Hadary i Henderson, 2013: 146).

There will be times when you have to leave work to deal with your kids and times when you have to leave kids to deal with your work. (Bennington, 2013: 23).

Decide where you are choosing to spend time and what can be cut immediately, knowing your boundaries will shift as your kids grow. (Bennington, 2013: 41).

I had to decide what mattered and what didn't and I learned to be a perfectionist in only the things that mattered. (Sandberg, 2013: 123).

Com es pot observar, més que reclamar polítiques de conciliació dins de l'estructura empresarial i responsabilitat dins de la parella, aquest tipus d'obres contribueixen a construir el discurs individualista neoliberal segons el qual la dona hauria d'aprendre a organitzar-se per ella mateixa i superar les barreres que pugui trobar-hi (Springer, Birch i MacLeavy, 2016). De nou, es deixen de banda les qüestions estructurals que donen lloc al fet que les treballadores no poden tenir una vida equilibrada i han de patir la doble

presència (Carrasquer, 2009; Moreno, Moncada, Llorens i Carrasquer, 2010), això és, doble càrrega laboral: la del treball i la familiar. Respecte d'aquest tema, en concret en l'obra de Sandberg (2013), es fa referència a la contractació de serveis per a cuidar dels fills o les filles i s'hi indica que quan una treballadora de l'alta direcció ha decidit compaginar els dos aspectes de la seua vida, treballar fora de casa i ser mare, pot optar per contractar altres persones perquè tinguen cura dels fills, tal com podem llegir a continuació:

Even though Dave and I are extraordinarily fortunate and can afford exceptional child care, there are still difficult and painful decisions about how much time our jobs require us to be away from our family and who will pick up the slack. (Sandberg, 2013: 111).

We hired a nanny, but she couldn't solve all our problems. (Sandberg, 2013: 106).

He reasoned that we were the central figures in our son's life, but forming an attachment to a caregiver was good for his development. (Sandberg, 2013: 137)

Resulta interessant esmentar aquest tema, ja que llegint aquestes citacions ens adonem que passa per alt un aspecte central del problema que ens revela l'homogeneïtat del públic a qui es dirigeixen aquestes obres. Ens referim al fet que no totes les dones poden recórrer a la contractació d'aquests serveis, perquè no totes les treballadores s'ho poden permetre. És a dir, l'autora parla des d'una posició concreta, que pretén, d'alguna manera, aportar solucions universals a situacions que tenen especificitats. No obstant això, la posició des de la qual parla Sandberg es caracteritza per un nivell educatiu, social i econòmic concret, que la converteix en una privilegiada dins del gruix format per les dones. Al mateix temps, això ens dona una pista sobre si els rols de gènere que es promouen en aquest tipus d'obres continuen essent els mateixos. És a dir, fins ara no sembla que les obres aporten consells o prescripcions per a construir uns rols de gènere femení i masculí més igualitaris; mitjançant les accions que s'estan aconsellant a les lectores realment no es

produeix una verdadera conciliació o equilibri entre la vida laboral i la familiar.⁴

Relacionat amb això, trobem en aquestes obres una altra idea molt estesa: es tracta del sentiment de culpa o *mommy guilt*, és a dir, mares que se senten culpables per no estar complint les expectatives socials que s'espera d'elles. En les obres generalment s'insta aquestes dones a desfer-se de la culpa i a sentir-se bé amb les decisions que en un principi poden semblar difícils de prendre. No obstant això, aquesta lògica de desfer-se de la culpa està arrelada a una argumentació del tot psicologicista (Bort, Pflock, Renner, 2005) que ens pot recordar a la retòrica pròpia de la literatura de l'autoajuda⁵ (Papalini, 2006; Siurana, 2018), i que, novament, ens remet a les exigències del sistema neoliberal que construeix individus culpables dels seus propis fracassos i que han d'encarregar-se, per ells mateixos, de buscar l'èxit (Laval i Dardot, 2013).

Al mateix temps, aquest tipus de discursos referits a desfer-se de la culpa poden servir, en certa mesura, per a construir un model de mare diferent, encara que no del tot transformador (Godrin, 1995), tal com podem observar en les propostes d'un altre tipus de maternitats subversives (Llopis, 2015). Les citacions que trobem en referència a aquesta qüestió són les següents:

4 Al mateix temps, aquestes idees ens remetent a la preeminència d'un tipus de feminisme concret en aquest tipus d'obres, això és, el feminisme institucional, que configura un tipus de reclamacions concretes i que s'identifica amb el grup de dones conformat per les occidentals i que deixa de banda altres vivències i reclamacions del feminisme que sobrepassen aquests marges (Reverter-Bañón, 2011).

5 Una de les diferències clau que es pot trobar entre la literatura gerencial i la literatura d'autoajuda és que la primera focalitza en l'autogestió de l'individu dins de l'àmbit de la gerència empresarial, mentre que la segona pot referir-se a l'autogestió de l'individu en àmbits molt diversos, com ara la família, l'amor, la gestió dels diners, les relacions afectives, etc. En comú tenen diferents punts, com l'èmfasi que es dona a la possibilitat que cadascú es faci responsable dels seus fracassos i prengui les regnes de la seua vida. No obstant això, mentre la primera posa el focus d'atenció en la consecució de l'èxit personal dins de la dinàmica laboral, la segona troba en la consecució de la felicitat individual —potser més espiritual— el seu sentit més primordial (Béjar, 2018).

Reining in the Mommy Guilt. (Bennington, 2013: 23-32)

Employed mothers and fathers both struggle with multiple responsibilities, but mothers also have to endure the rude questions and accusatory looks that remind us that we're shortchanging both our jobs and our children. (Sandberg, 2013: 122-123).

So if you're giving your all to your job and to your kids while they're in diapers, maybe that means you have to say no to excessive travel, joining the industry association, applying to grad school, or fund-raising for the library gala. (Bennington, 2013: 25).

Parenting isn't a day-by-day or week-by-week gig, so forgive yourself (and your boss) if you occasionally have to miss out on something cool because your job needs you. (Bennington, 2013: 29).

Because of work obligations, I've missed doctor's appointments and parent-teacher conferences and have had to travel when my kids were sick. (Sandberg, 2013: 136).

Tal com es desprén de les citacions, veiem que el tema es tracta d'una manera un poc psicologicista. Es parla de renunciar a certes coses, del perdó, de la culpa, etc., però es fa d'una manera que no planteja cap realitat sobre les estructures que vertebraren les dificultats de les mares treballadores per gestionar el seu dia a dia. Al mateix temps, veiem que s'hi parla de conciliació, però no de corresponsabilitat entre les dues parts de la parella (Maganto, Etxeberria i Porcel, 2010), és a dir, de nou se situa la responsabilitat exclusivament sobre l'esquena de la dona, no de la seua parella ni de l'organització ni dels estats. Tanmateix, ens pareix curiós que sí que parle de la necessitat de superar rols excloents i de les pressions que també poden sentir els pares a la feina quan volen participar més en l'àmbit personal:

If women want to succeed more at work and if men want to succeed more at home, these expectations have to be challenged. (Sandberg, 2013: 108).

As women must be more empowered at work, men must be more empowered at home. (Sandberg, 2013: 108).

Employees who use these benefits often face steep penalties ranging from substantial pay cuts to lost promotions to marginalization. (Sandberg, 2013: 114).

When male employees take a leave of absence or just leave work early to care for a sick child, they can face negative consequences that range from being teased to receiving lower performance ratings to reducing their chance for a raise or promotion. (Sandberg, 2013: 114).

Fathers who want to drop out of the workforce entirely and devote themselves to child care can face extremely negative social pressure. (Sandberg, 2013: 114).

We all need to encourage men to lean in to their families. (Sandberg, 2013: 113).

We need more men to sit at the table... the kitchen table. (Sandberg, 2013: 120).

Women are surrounded by headlines and stories warning them that they cannot be committed to both their families and careers. (Sandberg, 2013: 23).

Aquesta psicologització dels discursos respon, en gran mesura, a l'expansió actual de la psicologia, que en situa les arrels en els processos d'individualització social i crea un poderós mecanisme de despolitització integrat pels subjectes (Rodríguez López, 2016). Així doncs, encara que es diu que cal construir els rols de gènere, realment no s'hi aporten eines per a fer-ho ni s'hi esmenta en cap moment la lluita feminista o la necessitat de polititzar aquest assumpte. Un exemple d'aquesta realitat la podem trobar en un component interessant que algunes autores citen quan tracten aquesta temàtica: l'èmfasi que es posa en la parella, és a dir, el *partner*. Hi ha dues observacions que, al nostre parer, són interessants de fer. En primer lloc, la visió que se'ns dona d'aquest *partner* resulta força reduïda, ja que al final deixa de banda altres experiències que no siguin les de dones blanques, de mitjana edat,

occidentals, amb recursos i heterosexuales. En segon lloc, resulta curiosa la manera com Sheryl Sandberg aborda aquesta qüestió, ja que insta les professionals a planificar fins i tot abans d'accedir a càrrecs de responsabilitat en l'empresa, a escollir-ne la parella perquè ell —atés que en molts casos es refereixen a un home— es comprometa a ser una persona activa en l'atenció dels infants.

Així doncs, podem assenyalar a grans trets que els models de família i les relacions amoroses que es mostren en aquestes obres tenen més a veure amb els models tradicionals heterosexuales (Leto De Francisco i O'Connor, 1995) que amb una visió heterogènica d'aquests processos/fenòmens (Llopis, 2015). És a dir, en poques ocasions es contempla que pugui haver-hi dones solteres o amb altres tipus de parelles (Goldfeder i Sheff, 2013). Tot això ens fa pensar que aquest tipus d'obres estan dirigides a un grup concret de dones que s'associa amb les dones heterosexuales blanques occidentals i amb un determinat nivell d'estudis i, per tant, amb recursos econòmics disponibles que els permeten gestionar aquestes problemàtiques relacionades amb la conciliació de la vida laboral i la vida familiar.

Nina McLemore says that one of the keys to success is to marry well (...). Today, it means marry someone who supports your aspirations and is willing to be a full partner in managing your joint personal life. (Hadary i Henderson, 2013: 154).

Anyone who wants her mate to be a true partner must treat him as an equal—and equally capable—partner. (Sandberg, 2013: 109).

And contrary to the popular notion that only unmarried women can make it to the top, the majority of the most successful female business leaders have partners. (Sandberg, 2013: 110).

Not surprisingly, a lack of spousal support can have the opposite effect on a career. (Sandberg, 2013: 110).

The things that make the bad boys sexy do not make them good husbands. (Sandberg, 2013: 115).

En resum, si analitzem aquest tipus d'obres, hi trobem recurrentment la individualització d'un problema social com és el de la conciliació de la vida familiar i laboral, un problema que en lloc de resoldre les professionals mitjançant una selecció «òptima» de les seues futures parelles —tal com es prescriu en la literatura popular del *management* dirigida a dones—, hauria de posar-se en la palestra de les qüestions públiques, tractar-se als parlaments i formar part de les qüestions ètiques que la política de les empreses ha d'abordar, a més de formar part de l'agenda política dels sindicats. Malgrat això, com hem pogut observar, en cap moment s'hi fa referència a una possible política de conciliació de l'empresa o a la necessitat de fer-ne una gestió ètica; tampoc a la necessitat urgent de revifar la lluita feminista dins de les organitzacions. Es tracta, doncs, d'una neutralització de la problemàtica, d'una negació de la qüestió de gènere com a element important en els discursos que naixen dins de l'organització respecte de la maternitat i la conciliació, entre d'altres problemàtiques que comparteixen espai (Smithson i Stokoe, 2005). Per aquesta raó podem concloure que el discurs referent a la conciliació de la vida laboral i familiar inscrit en la literatura popular del *management* dirigida a dones resulta totalment acrític, individualista, conservador, i dona resposta, més aviat, a les exigències del «nou esperit del capitalisme» i no a les necessitats reals de les dones. Ens trobem, doncs, davant d'un discurs totalment despolititzat, que contribueix a sostenir les estructures de poder desiguals entre dones i homes.

CONCLUSIÓ

Una vegada feta la nostra anàlisi podem concloure que la literatura popular del *management* dirigida a dones conté un caràcter doble que condiona la forma de construir el discurs sobre la qüestió de la conciliació i la maternitat en aquest tipus d'obres i que converteix aquesta problemàtica en una qüestió completament individual, despolititzada i psicològica. Parlàvem del doble caràcter psicologicista i despolititzat d'aquesta literatura, premisses que funcionen

de manera interconnectada i que s'articulen per crear un discurs relacionat amb la presència de les dones en l'empresa de caire conservador, i que si bé no es pot identificar com a clarament sexista, sí que ens remet a una concepció poc crítica del problema de la desigualtat de gènere en aquest àmbit i fa palesa la inexistència d'un discurs feminista real dins de l'àmbit de les organitzacions empresarials.

Un tret que trobem en totes les obres sense excepció és el caràcter psicologicista. Ens referim al fet que els consells que es construeixen des d'aquest tipus d'obres fan referència sobretot a canvis que les dones han de fer en el seu interior, en la seua personalitat o psicologia de cara a augmentar la seua autoestima i, per tant, la seua eficàcia en la feina (Hazleden, 2003). És a dir, en lloc d'animar les dones a unir-se, a ser crítiques amb el seu entorn i a actuar de manera conjunta en pro d'elles mateixes i d'altres, se'ls demana que actuen per resoldre els seus problemes individuals, que solen identificar-se amb qüestions més bé internes. Aquest tipus d'apoderament es podria identificar com un poderament de tipus espiritual que se centra en l'individu i no en el grup (Redden, 2002) i que, si bé pot impulsar canvis en la vida de cadascú, no transforma les estructures de desigualtat de la societat.

En el cas que estem estudiant, no es transformen les dificultats de gestionar la càrrega laboral i familiar de les treballadores, ni s'hi ofereixen models alternatius per a entendre aquesta realitat. Així doncs, el caràcter psicologicista serveix per a crear un discurs acrític i despolititzat respecte de l'estat de la igualtat de gènere en l'empresa i de la construcció de polítiques de conciliació realment transformadores del rol de les dones en l'empresa. Per aquesta raó, no és estrany que qüestions com la maternitat i la conciliació es tracten com qüestions d'autosuperació personal, i no com temes d'interès i reivindicació col·lectiva. Això guarda molta relació amb les similituds que uneixen la literatura popular del *management* amb els discursos *mainstream* de l'autoajuda, i que patologitzen el descontent de les dones (Ebben, 2015) i l'allunyen de la lluita feminista per la igualtat. Així que tant fa quin siga el tema o la problemàtica que es tracte al

llarg de les pàgines (igual sou, assetjament sexual, aprendre a demanar...), perquè sempre s'aborda des d'un enfocament individualista i neoliberal. En aquest sentit, sembla produir-se una translació de l'esperit de lideratge empresarial associat a les dones al seu possible paper com a mares, és a dir, els matisos d'heroïcitat i autosacrifici associats al lideratge en l'àmbit de la gestió empresarial es traslladen també a l'àmbit de la «gestió familiar».

D'acord amb els resultats de la nostra anàlisi, podem concloure que la hipòtesi de partida es pot afirmar: els valors i comportaments prescrits a les dones professionals i mares en l'àmbit empresarial, especialment en l'alta direcció, reproduïxen els estereotips de gènere tradicionals i sexistes, la qual cosa posa aquest grup en una situació de desavantatge respecte dels seus companys homes i promou una empresa immoral on la igualtat de gènere no té cabuda. Això vol dir que si bé les prescripcions que hi troben les treballadores de l'alta direcció que alhora són mares en aquest tipus

d'obres no les obliguen a ocupar els dos espais (el públic i el privat) basant-se en el discurs de l'elecció, sí que hi estableixen prescripcions contradictòries que deixen aquest grup en una posició d'indefensió i d'autoresponsabilitat característica de les societats neoliberals, però que es multiplica per mil en interseccionar amb la variable de gènere.

En conclusió, podem avançar que la lluita feminista passa a ser, en aquestes obres, una qüestió totalment secundària que es converteix en allò que cada dona porta a terme en solitari dins de l'àmbit de treball en què li ha tocat lluitar. En aquest tipus d'obres la lluita sempre es desenvolupa en un nivell individual, raó per la qual les prescripcions que s'hi fan despolititzen les dones, les allunyen de les reclamacions d'igualtat i les posen en una situació de vulnerabilitat i sobreexplotació. Es tractaria, més bé, d'una lluita interna que s'externalitza en petites conquestes per a dones concretes, més que en una lluita col·lectiva pel benestar i la igualtat de gènere en la societat.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Annis, B. i Gray, J. (2013). *Work with Me: How Gender Intelligence Can Help You Succeed at Work and in Life*. Londres: Piatkus.
- Bacal, J. (2014). *Mistakes I Made at Work*. Nova York: Penguin Group.
- Barthes, R. (1997). *La aventura semiològica*. Barcelona: Paidós.
- Baxter, J. A. (2010). *The Language of Female Leadership*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Bélar, H. (2018). El código espiritualista de la autoayuda: La felicidad negativa. *Athenea Digital*, 18(3), 23-39.
- Bennington, E. (2013). *Who Says It's a Man's World*. Nova York: AMACOM.
- Boltanski, L. i Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Bort, J., Pflock, A. i Renner, D. (2005). *Mommy Guilt*. Nova York: American Management Association.
- Carrasquer, P. (2009). *La doble presencia. El trabajo y el empleo femenino en las sociedades contemporáneas*. (Tesi doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, Catalunya). Recuperat de <http://www.tdx.cat/handle/10803/5147>
- Clark, T. (2004). The Fashion of Management Fashion: A Surge Too Far? *Organization*, 11(2), 297-06.
- Clark, T. i Salaman, G. (1996). The Management Guru as Organizational Witchdoctor. *Organization*, 3(1), 85-107.
- Collins, D. (2000). *Management Fads and Buzzwords*. Londres: Routledge.
- Collinson, D. L. i Hearn, J. (1994). Naming Men as Men: Implications For Work, Organization and Management. *Gender, Work & Organization*, 1(1), 2-22.
- De Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual: El mito de la libre elección*. Madrid: Editorial Cátedra.
- Ebben, M. (2015). Off the Shelf Salvation: A Feminist Critique of Self-Help. *Journal of Women's Studies in Communication*, 18(2), 111-122.
- Eggs, S. i Slade, D. (1997). *Analysing Casual Conversation*. Londres: Cassell.

- Eisenberg, E. M. (2009). Ambiguity as Strategy in Organizational Communication. *Communication Monographs*, 51(3), 227-242.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2007). *El discurso de management: Tiempo y narración*. Madrid: CIS.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2011). El gato que caza nuestros ratones: China como colección de mitologías. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 115, 79-88.
- Fernández Rodríguez, C. J. i Gantman, E. R. (2011). Spain and Argentina as Importers of Management Knowledge (1955-2008): A Comparative Analysis. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28, 160-173.
- Fernández Rodríguez, C. J. i Medina-Vicent, M. (2017). Los nuevos discursos del management: Difusión, impactos y resistencias. *Recerca: Revista de pensament i anàlisi*, 20, 7-14.
- Gantman, E. R. (2017). En torno al potencial transformador de los CMS (Critical Management Studies). *Recerca: Revista de pensament i anàlisi*, 20, 15-33.
- Genz, S. (2010). Singled Out: Postfeminism's «New Woman» and The Dilemma of Having It All. *Journal of Popular Culture*, 43(1), 97-119.
- Gill, R. i Scharff, C. (2011). *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Godrin, D. (1995). Women Reading Self-Help: Themes of Separation and Connection. *Journal of Women's Studies in Communication*, 18(2), 123-134.
- Goldfeder, M. i Sheff, E. (2013). Children of Polyamorous Families: A First Empirical Look. *LSD Journal*, 5(150), 150-243.
- Gowler, D. i Legge, K. (1986). Images of Employees in Company Reports – Do Company Chairmen View their Most Valuable Asset as Valuable? *Personnel Review*, 15(5), 9-18.
- Hadary, S. i Henderson, L. (2013). *How Women Lead. The 8 Essential Strategies Successful Women Know*. Nova York: McGraw-Hill.
- Hayden, S. i O'Biren, L. (2010). *Contemplating Maternity in An Era of Choice*. Plymouth: Lexington Books.
- Hazleden, R. (2003). Love Yourself: The Relationship of the Self with Itself in Popular Self-Help Texts. *Journal of Sociology*, 39(4), 413-428.
- Hearn, J., i Collinson, D. L. (1996). *Men, Masculinities, Managements and Organisational Culture*. Londres: Sage.
- Kelan, E. K. (2008). The Discursive Construction of Gender in Contemporary Management Literature. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 427-445.
- Kelan, E. K. (2010). Gender Logic and (Un)doing Gender at Work. *Gender, Work and Organization*, 17(2), 174-194.
- Laval, C. i Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo*. Barcelona: Gedisa.
- Leto De Francisco, V. i O'Connor, P. (1995). A Feminist Critique of Self-Help Books on Heterosexual Romance: Read 'Em and Weep. *Journal of Women's Studies on Communication*, 18(2), 217-227.
- Llopis, M. (2015). *Maternidades subversivas*. Tafalla: Txalaparta.
- Maganto, J., Etxeberria, J. i Porcel, A. (2010). La corresponsabilidad entre los miembros de la familia como factor de conciliación. *Educatio Siglo XXI*, 28(1), 69-84.
- Martin, J. R. (2000). Beyond Exchange: Appraisal Systems in English. En S. Hunston i G. Thompson (ed.), *Evaluation in Text. Authorial Stance and the Construction of Discourse* (p. 142-175). Oxford: Oxford University Press.
- Martin, J. R. i White, P. (2005). *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Moreno, N., Moncada, S., Llorens, C. i Carrasquer, P. (2010). Double Presence, Paid Work, and Domestic-Family Work. *New Solutions*, 20(4), 511-526.
- Noguera, J. (2015). ¿Cómo funciona el dichoso algoritmo de Amazon? Recuperat de <http://publicandoebooks.com/algoritmo-de-amazon/>
- Orser, B. i Elliott, C. (2015). *Feminine Capital: Unlocking the Power of Women Entrepreneurs*. Palo Alto (Califòrnia): Stanford University Press.
- Pagel, S. i Westerfelhaus, R. (2005). Charting Managerial Reading Preferences in Relation to Popular Management Theory Books: A Semiotic Analysis. *Journal of Business Communication*, 42(4), 420-448.
- Papalini, V. (2006). Literatura de autoayuda: Una subjetividad del sí-mismo enajenado. *La trama de la comunicación*, 11, 331-342.
- Park, Y., Wahab, S. i Bhuyan, R. (2017). Feminism in These Dangerous Times. *Affilia*, 32(1), 5-9.

- Redden, G. (2002). The New Agents Personal Transfiguration and Radical Privatization in New Age Self-help. *Journal of Consumer Culture*, 2(1), 33-52.
- Reverter-Bañón, S. (2011). Los retos del feminismo institucional. *Daimon: Revista internacional de Filosofía*, 4, 223-229.
- Rodríguez López, R. (2016). *Contrapsicología: De las luchas antipsiquiátricas a la psicologización de la cultura*. Madrid: Dado Edicions.
- Sandberg, S. (2013). *Lean In: Women, Work and the Will to Lead*. Nova York: Alfred A. Knopf.
- Siurana, J. C. (2018). *Felicidad a golpe de autoayuda*. Barcelona: Plaza y Valdés.
- Smithson, J. i Stokoe, E. H. (2005). Discourses of Work – Life Balance : Negotiating Genderblind Terms in Organizations. *Gender, Work and Organization*, 12(2), 147-168.
- Sørensen, S. Ø. (2017). The Performativity of Choice: Postfeminist Perspectives on Work-Life Balance. *Gender, Work & Organization*, 24(3), 297-313.
- Springer, S., Birch, K. i MacLeavy, J. (2016). *The Handbook of Neoliberalism*. Nova York: Routledge.

NOTA BIOGRÀFICA

Professora ajudant doctora en el Departament de Filosofia i Sociologia de la Universitat Jaume I (Castelló de la Plana, Espanya). Doctorat Internacional en el Programa d'Ètica i Democràcia de la UJI amb la tesi *Género y management en el marco neoliberal. Un análisis crítico para la emergencia de liderazgos feministas* (Premi de la Real Academia de Doctores de España 2018 en la categoria d'Humanitats). Les seues principals línies d'investigació són la filosofia feminista, el lideratge i els Critical Management Studies.



Gerencialisme i ficció, o la ficció del gerencialisme: d'Ayn Rand a les novel·letes d'executius

Luis Enrique Alonso

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

luis.alonso@uam.es

Carlos J. Fernández Rodríguez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

carlos.fernandez@uam.es

Rebut: 09/03/2018

Acceptat: 29/10/2018

RESUM

Els llibres sobre *management* tenen per objectiu propagar teories de gestió noves entre directius i executius d'empreses, i representen un dels pilars del gerencialisme. Una de les manifestacions més peculiars n'és la ficció, és a dir, novel·les que se centren en històries de professionals de corporacions, en què aquests miren d'assolir l'excel·lència en els negocis per mitjà d'una tècnica gerencial. En aquest article, prestarem atenció a aquest gènere literari peculiar i poc explorat; no només plantejarem una anàlisi de les característiques i en descriurem els elements més significatius, sinó que, a més, mostrarem la influència estilística important que, sens dubte, han tingut les novel·les de la influent escriptora neoliberal Ayn Rand, autèntica precursora d'aquest tipus de narrativa.

Paraules clau: *management*, ficció, gerencialisme, Ayn Rand, literatura.

ABSTRACT. *Managerialism and Fiction, or the Fiction of Managerialism: From Ayn Rand to novels for executives*

The aim of management books is to propagate new theories in the field among company executives. Such publications are one of the pillars of managerialism. Perhaps the oddest manifestation of the phenomenon is novels focussing on senior executives heroically battling for business excellence through the application of a managerial technique. In this paper, we put this curious, rarely-explored literary genre under the spotlight. We not only analyse the salient features of such literature and its main ingredients but also highlight the major stylistic influence of Ayn Rand's works. The novels of this influential neo-Liberal writer foreshadowed the new narrative form.

Keywords: management, fiction, managerialism, Ayn Rand, literature.

SUMARI

Introducció

Ayn Rand: l'eterna precursora

La ficció *managerial* després de Rand

Conclusió

Autor per a correspondència / Corresponding author: Carlos J. Fernández Rodríguez. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales / Universidad Autónoma de Madrid. Francisco Tomás y Valiente, 5, 28049 Madrid (España).

Citació suggerida / Suggested citation: Alonso, L.E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2019). Gerencialisme i ficció, o la ficció del gerencialisme: D'Ayn Rand a les novel·letes d'executius. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 133(1), 77-94. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats-133-1.6>

«L'optimisme és una pràctica més còmoda
per als feliços d'aquest món que per als
indigents, però la inflació i la desconexió de
tota l'experiència normal són aquí tals que
l'observador més moderat es queda oscil·lant
entre, per la banda idealista, una indignació
revolucionària i, per la banda misantropa, el
sarcasme més negre»
*Conviene tener un sitio
adonde ir*, de EMMANUEL CARRÈRE (2017: 338)

«El poder actua *per mitjà* dels individus, més
que *contra* ells, i ajuda a constituir l'individu
que és ahora el seu vehicle»
Castigo y sociedad moderna,
de DAVID GARLAND (1999: 168)

INTRODUCCIÓ¹

Una de les manifestacions més particulars del fenomen gerencial ha estat, sens dubte, la denominada literatura empresarial, *managerial* o del *management*, és a dir, els textos dirigits a directius i gestors que tenen per finalitat instruir-los i guiar-los davant dels desafiaments que presenten els mercats globalitzats i turbulents perquè administren les seues empreses (Alonso i Fernández Rodríguez, 2006 i 2013; Fernández Rodríguez, 2007). Tremendament populars, abarroten les seccions de llibres d'empresa en grans llibreries i aeroports, i s'hi facilita una sèrie de receptes, guies

de conducta i models d'acció per a executius dubitatius que busquen un marc d'actuació concret i directe en un context, el del capitalisme contemporani, caracteritzat pel canvi perpetu, la incertesa i la volatilitat dels mercats. Buscant-hi solucions, els gestors empresarials han vist en aquests textos, en molts casos signats per prestigiosos gurus de la gestió (Huczinsky, 1993; Collins, 2000; Gantman, 2005; Fernández Rodríguez, 2007), possibles respostes a les moltes preguntes que se'ls plantejaven en les seues tasques quotidianes, a més de trobar-hi pautes d'actuació. No obstant això, aquests textos plantegen quelcom més: hi descriuen el marc cognitiu de la nova economia del coneixement, el que Boltanski i Chiapello (2002) han definit, amb molt d'èxit, com el «nou esperit del capitalisme».

¹ Aquest article forma part dels resultats del projecte d'investigació Marcos sociales del nuevo mundo económico y empresarial: de la producción al consumo (MSEE), finançat per la Universidad Autónoma de Madrid.

Així doncs, aquesta literatura gerencial té per objectiu presentar un enfocament estructural dels negocis i especialment mira d'implantar procediments més eficaços en empreses i altres organitzacions (no governamentals, públiques, etc.). No obstant això, i davant del camp acadèmic dedicat a la investigació organitzacional, la *managerial*, en general, obvia completament gran part de les realitats existents dins de la complexa organització moderna (Huczynski, 1993; Fernández Rodríguez, 2007). No s'ocupa prou de qüestions com ara els conflictes, les alternatives a les finalitats o l'elecció entre mitjans i, si així ho fa, segueix un enfocament concret i únic: el del directiu o mànager, que representa, en bona part, el seu discurs. En els textos *managerials*, d'una manera o d'una altra, es presenten els directius o mànagers com els portadors i depositaris de la racionalitat i la iniciativa dins de l'organització, de manera que la resta de participants (treballadors, clients, el context social i econòmic) es dilueix i queda reduïda a mers objectes de la seua acció directiva (Alvesson i Willmott, 1992).

Aquests textos, marcats per una intenció persuasiva, estan signats, en gran part, per experts (tot i que hi abunden simples compilacions o llibres signats per una empresa), coneguts popularment com gurus d'empresa (Micklethwait i Wooldridge, 1998; Jackson, 2003, Collins, 2007). A més, tenen una pretensió quasi científica en la major part dels casos, encara que en investigacions prèvies (Fernández Rodríguez, 2007) s'havia posat l'accent en el fet que aquest tipus de treballs es trobaven emmarcats en subgèneres específics. Un dels més interessants, al nostre parer, és el de la *ficció managerial*, en el qual les problemàtiques de la tasca de la direcció empresarial es veuen plasmades en un text de ficció, i és a les peculiaritats, implicacions i controvèrsies d'aquest text que dedicarem aquest treball breu.

Aquí abordem l'estudi de la ficció *managerial* com a part d'un moviment més ampli de producció i consum cultural, en el context neoliberal del capitalisme tardà, que ha recombinat i resignificat materials literaris pesants de l'ultraliberalisme tradicional amb els relats, molt lleugers, de la postmodernitat empresarial. Con-

cebem aquesta ficció com una producció ideològica, en un sentit obert de política pràctica expressada en formes valoratives, sota les quals els grups humans prenen consciència de la seua posició i el seu lloc en el conflicte social (Williams, 1980). La funció de les ideologies és la d'atribució de significat als fets socials i el camp ideològic és bàsicament conflictiu. Les ideologies són les formes d'existència i d'exercici de les lluites socials en el domini dels processos de significació (Ipola, 1982: 73) i, com diu Clifford Geertz (1988: 200 i següents), exposen pretensions empíriques sobre la condició i la direcció de la societat.

Els discursos ideològics *managerials*, i molt especialment en la dimensió ficcional, guanyen, així, d'immediat, un caràcter actiu i semantitzen la realitat d'un grup social, de manera que constitueixen una seqüència d'eleccions per les quals determinades significacions es trien i d'altres se n'exclouen (Ricoeur 1975: 94 i següents). En aquest cas, la literatura expressa bé que la producció cultural, lluny de ser un mecanisme d'imposició absoluta de missatges, és un procés actiu que estableix les bases tant d'elaboració i de codificació dels missatges d'aquest grup com de descodificació i recepció dels d'altres posicions, grups o classes socials. La ficció empresarial és una pràctica (sub)cultural que construeix el discurs ideològic com una determinada ordenació lingüística de l'experiència, com un llenguatge de classe: «La consciència no es pot relacionar amb l'experiència sense interposar entre les dues un llenguatge determinat que organitza la comprensió de l'experiència, i és important subratllar que un mateix conjunt d'experiències es pot articular amb més d'un llenguatge» (Jones, 1989: 97).

En la dimensió de consum cultural, cal concebre la ficció empresarial en primer lloc i fonamentalment com a consum i, per tant, és un acte de reproducció econòmica, però també una pràctica de reproducció social fonamental (Bordieu i Darbel, 1969). És a dir, tota aquesta literatura venal centrada en el món de l'empresa és una mercaderia i, per tant, té valor econòmic, valor d'acumulació i creixement, però també aconpleix funcions socials ben estudiades, com ara la capacitat de construir i expressar identitat:

el comprador que opta per un consum cultural com aquest està identificat i s'està identificant amb un estil de vida i una manera activa de comprendre el món (Lee, 1993). Això genera la possibilitat de reconstitució d'un hàbit: de conformació social d'una personalitat expressada individualment, però constituïda socialment (Bourdieu, 1988; Jenks, 1993). La ficció s'ha convertit en un element central de la sensibilitat cultural de la postmodernitat (declarats inerts i sobretot avorrits, els grans relats analítics), l'eficiència ideològica es mostra en aquests particulars relats —que són les ficcions empresarials— en què s'idealitzen i naturalitzen tots els valors del capitalisme tardà (heroisme empresarial, acceptació del risc, individualisme extrem, llibertat mercantil i llibertat creativa, etc.), però lluny de l'avorriment del manual clàssic o de la futilitat oblidable del *Power Point*; el relat es personalitza i es fa divertit, perquè la diversió en la seua polisèmia (passatemps, esbarjo, desviació de l'atenció i forces de l'enemic, en aquest cas ideològic) s'ha convertit en el sant i senya moral de la representació contemporània del món (Postman, 2016).

El nostre objectiu en aquest text, per tant, és descriure les característiques principals d'aquest curiós gènere que, a pesar de fer eclosió en la dècada dels vuitanta, tenia un precedent singular: la literatura de la novel·lista controvertida Ayn Rand, avui escriptora de capçalera de bona part de les figures més rellevants del neoliberalisme actual, el llegat de la qual —una obra exòtica i allunyada dels cànons estilístics de la seua època— cimenta l'estructura sobre la qual, més endavant, acoblarien les seues ficcions els narradors empresarials dels vuitanta i dècades posteriors. Per a fer-ho, la contribució que presentem es divideix en tres seccions: en la primera farem una descripció prolixa de les aportacions de Rand, que construeixen un argument èpic, promercat i individualista en les seues novel·les que va servir com a referent, explícit o no, de la ficció *managerial* que va emergir amb el reaganisme; en segon lloc, explorarem les característiques del gènere de narrativa empresarial en les formes més contemporànies, i tancarem el treball amb una discussió breu sobre les implicacions i limitacions d'aquest tipus d'obres en l'explicació que donen de l'univers del treball directiu.

AYN RAND: L'ETERNA PRECURSORA

La ficció empresarial sempre tindrà com a referència inexcusable, tot i que desconcertant i estranya, la gran pionera del gènere, Ayn Rand, la influència de la qual arriba fins a l'actualitat. Sempre que barregem pretensions d'influència econòmica i subgèneres literaris, ens trobem amb la figura de la russa Alissa Zinóvieva Rosenbaum, de Sant Petersburg, posteriorment nacionalitzada nord-americana, amb el nom d'Ayn Rand. Nascuda en 1905, les seues vicissituds familiars —la Revolució Soviètica va confiscar els béns de son pare, un farmacèutic ben establert, i sembla que també va frustrar les expectatives que tenia de ser guionista dins de l'Institut Estatal d'Arts Cinematogràfiques— la van portar a l'exili als Estats Units i es va instal·lar a Hollywood, on va exercir tot tipus de treballs en diversos estudis, departaments i equips creatius. Es va casar amb un actor i es va centrar en la seua obsessió i vocació principal d'aquells anys: escriure (o ajudar a escriure) guions cinematogràfics, la qual cosa, al final, va resultar fonamental per al desenvolupament de tota la seua obra i de la literatura *managerial* en conjunt (Heller, 2009). Del que es tractava era de difondre unes idees molt simples (la virtut de l'egoisme, la maldat dels mediocres, l'estatut sagrat de l'individu, etc.) d'una manera atractiva, amb un fil argumental i narratiu més o menys interessant i en el qual el lector —identificat amb la seua funció empresarial qualsevol— reforçava el seu ego, lliurava de culpa la seua conducta mercantil acumulativa i legitimava el seu descompromís social.

L'anticol·lectivisme feroç de Rand es va plasmar en una quantitat enorme de publicacions, conferències, novel·les autobiogràfiques, programes radiofònics i televisius i en la formació d'un grup de seguidors que no només li retia culte personal sinó que estava disposat a defensar amb la seua entrega i la seua vida la figura d'aquesta publicista anticomunista (Walker, 1999). La seua influència es percep de forma contundent des dels anys quaranta del segle passat fins avui dia, i en el seu cercle d'influències ha estat orbitant una quantitat ingent de senadors i congressistes nord-americans, polítics conservadors anglesos, gent del món de l'espectacle, empresaris exitosos de

les diferents sectors del capitalisme nord-americà (industrial, financer, informàtic, tecnològic, etc.), que han format una xarxa (secta) de defensors de la pretesa filosofia que Rand defensava: el que ella anomenava objectivisme.

L'objectivisme del grup de Rand no és més que una pseudofilosofia *amateur*: organitzada sobre les cendres de lectures elementals de Hobbes, Burke, Hume i, fins i tot, Nietzsche, incrustades en el liberalisme austríac més extrem. En el fons (i en la superfície) l'objectivisme de Rand i els seus seguidors no és més que un realisme mercantil descarnat que proclama la supremacia de l'home (baró), emprenedor aguerrit que s'enfronta a les misèries dels buròcrates, sobre la ingerència de l'Estat, l'enveja dels mediocres i la ineficàcia autoritària dels impostos i les polítiques fiscals. Rebutjant tot el misticisme, la religió o l'idealisme humanitari, l'objectivisme de Rand aposta per la llibertat sense límits, la bondat de la cobdícia, l'individualisme ontològic radical i la debilitat (i la inutilitat civilitzadora en última instància), que vol dir pensar en els altres, en el bé comú, en allò social i en allò públic.

Tanmateix, els èxits més grandiosos (i rendibles) d'Ayn Rand, que li han atorgat una notorietat universal que arriba fins als nostres dies són les seues desmesurades —en tots els sentits— novel·les *The Fountainhead* i *Atlas Shrugged*.² Dos totxos escrits no per a buscar cap expressivitat literària o veu creativa, sinó per a aconseguir la intenció declarada d'exemplificar —guionitzant-la— la conducta de l'home anarcoliberal que Rand proclamava i que sempre relacionava amb la llibertat d'empresa més absoluta. Escrites en els anys quaranta i cinquanta, justament quan l'hegemonia keynesiana i el capitalisme organitzat s'acataven com els discursos dominants de les pràctiques econòmiques, les novel·les de Rand semblaven destinades a l'ostracisme o a l'oblit, però, això no obstant, les revistes empresarials i els setmanaris

generals, els productors cinematogràfics, els ambients ultraconservadors propers a la dreta del partit republicà i a la *National Review* van aconseguir llançar el mite de Rand i, especialment, les seues novel·les fins al cim més alt. Al cap i a la fi, l'anticomunisme acèrrim i l'antisindicalisme militant de l'obra de Rand servien per a emparar una política empresarial nord-americana que entrava en la Guerra Freda (després de l'aliança conjuntural i desconfiada amb la Unió Soviètica en la Segona Guerra Mundial) amb tota l'artilleria ideològica muntada entorn del perill de perdre l'estil de vida nord-americà (i la tasca de l'empresari heroic) en mans del col·lectivisme i el comunisme (Weiss, 2012).

Tanmateix, no només va tenir èxit als Estats Units: arreu del món anglosaxó va tenir (i encara té) innumbrables seguidors disposats a mantenir viva la seua obra i, fins i tot, gràcies a les pressions d'aquests —que venen des dels anys cinquanta—, la més que clàssica editorial Penguin, que sempre s'havia negat a publicar els textos de Rand, va haver d'acabar acceptant, amb el primer triomf conservador, les dues novel·les gruixudíssimes en la seua col·lecció de clàssics moderns, i així van ampliar-ne els títols publicats a mesura que els governs conservadors i el neoliberalisme dominant hegemonitzaven els governs britànics, fins al punt que aquesta autora tan peculiar avui forma part dels temaris de literatura i filosofia de l'ensenyament mitjà britànic (Freedland, 2017). A l'Amèrica Llatina, la seua obra s'ha editat i reeditat constantment des dels anys cinquanta —de fet, les edicions que hi ha a les llibreries espanyoles en aquest moment són argentines (Rand, 2003 i 2004)—, hi ha hagut grups obertament seguidors de la figura de Rand, determinat *management* de l'Amèrica Llatina ha reconegut la seua influència i els seus llibres s'han associat als corrents del neoliberalisme xilè i argentí, que van defensar els colps militars per a restablir-hi l'ordre mercantil seguint els dictats de Hayek, en primer lloc (abans mercat que democràcia), i de l'Escola de Chicago, després. Fins i tot a l'Espanya franquista adormida i emmordassada, l'editor filonazi i falangista català Lluís de Caralt editava les novel·les de Rand (segurament amb traduccions argentines revisades

² Aquestes novel·les no han estat publicades en català. En castellà poden trobar-se amb els títols *La fuente* i *La rebelión de Atlas*. (N. de la T.)

de les quals eliminava els americanismes) a principis dels anys seixanta, en un intent de publicar les seues obres completes juntament amb els grans noms de la literatura mundial de l'època. La proximitat de Caralt als cercles patronals de l'època li donava a la difusió espanyola —des de Barcelona— de l'obra de Rand l'aire de la reivindicació d'un empresari sense complexos que, en la deriva de l'economia espanyola després del Pla d'Estabilització de 1958, acarava la modernització mercantil definitiva.

El Manantial s'escriu en 1943 i al seu èxit definitiu contribueix la versió cinematogràfica de King Vidor, de 1947, protagonitzada per Gary Cooper i Patricia Neal. És la història recarregadíssima de Howard Roark, arquitecte que vol fer una arquitectura nova i radiant; que per defensar els seus edificis davant dels mediocres, buròcrates i fracassats constructors dominants acaba eixint de la professió i convertint-se en un peó picapedrer. Posteriorment, és rescatat de nou, entre altres personatges, per una dona rica de la qual ha estat enamorat, que l'admira, que s'hi entrega i que està disposada a patir amb plaer la seua personalitat abrupta fins al punt d'arribar a admetre el que molts han interpretat com una violació. Per aquest rescat acaba construint habitatges que després els incompetents estatalistes de sempre, interessats i covards, degraden i falsegen. Roark opta per fer volar la seua obra, i això ocasiona víctimes; el cim n'és l'al·legat en el judici per aquest fet en el qual argumenta el valor de la creativitat, l'individualisme, la font que sorgeix del mateix ego que mou el progrés del món i el dret de l'home a rebel·lar-se contra la imposició rutinària de les convencions socials. La novel·la té milers de personatges estereotipats: arquitectes tradicionalistes; polítics covards; magnats confosos, però que al final sempre es decanten pel valor de l'individu creador; periodistes crítics i intel·lectuals envejosos, mediocres i socialistes que miren de boicotejar, des del discurs de l'igualitarisme i de la bondat col·lectiva, el progrés dels imaginatius; emprenedors independents; dones submises que perceben la grandesa del gran creatiu professional, o l'empresària del baró emprenedor, etc. Aquest detall dels estereotips és especialment rellevant si comparem aquesta novel·la de Rand amb

altres de temàtiques similars, però de vols literaris més elevats, com la polèmica *Sometimes a Great Nation* (traduïda com *Casta invencible*), del lisèrgic Ken Kesey i que també presentava la lluita i l'esperit de resistència d'una família de llenyataires contra un sindicat en vaga davant del qual no afluïxen la corda (Kesey, 1964).

Si en 1943 el llibre encara estranyava (tot i que ja en 1944 es veia emergir el discurs anticol·lectivista en el final crític de la Segona Guerra Mundial, com ho demostra l'aparició aquell any del famós *Camí de servitud*, de Friedrich A. Hayek), en 1949, quan es fa la pel·lícula, les condicions del context són ja molt favorables a la recepció d'un missatge doctrinari com aquest (Hayek, 2015). L'inici de la Guerra Freda, el maccarthisme, les polítiques dels grans estudis cinematogràfics contra els sindicats de tècnics, treballadors, actors i guionistes, la reacció dels conservadors nord-americans contra les polítiques socials britàniques (Rand es burla directament amb un dels personatges de la novel·la —i després en el guió de la pel·lícula, que signa ella mateixa— de Harold Laski, referència del laborisme britànic) van ser els factors que van crear el marc per a un èxit popular desmesurat de l'obra de Rand, que ràpidament titllava de socialista, intel·lectual acomodad, retrògrad, col·lectivista o buròcrata qui tractara d'eixir-se'n o relativitzar la seua filosofia moral estranya, una oda al baró emprenedor, a la supremacia de l'egoisme mercantil i a l'objectivisme que pretenia que la societat només fora un marc donat, impossible de canviar amb programes o idees comunes, i on l'única via possible era prosperar-hi cercant els beneficis individuals, única font de progrés.

En 1957 va publicar la segona gran novel·la, que es va prendre com a exemple de literatura (ficció) empresarial. És *La rebelión de Atlas*, llibre de més de mil pàgines amb una estructura subjacent idèntica a l'altra novel·la riu, però ara encara més recarregada, repleta de subtrames moralitzants i aventures enaltidores del «racionalisme» individualista i antisocial. Aquí hi ha un enginyer i empresari, Hank Rearden, que desenvolupa un metall tecnològicament revolucionari que el govern de torn vol saquejar-li,

acompanyat per la vilesa de buròcrates, mediocres i intel·lectuals, que tracten de declarar-lo bé social. Ara, la dona protagonista seguidora de l'heroi comercial creatiu és Dagny Taggart, que, oposant-se al corrupte intervencionisme estatal i als consells familiars, crea una línia de ferrocarrils amb els acers de Rearden i el suport dels pocs talents independents que hi queden. Perquè el més original —i obertament procapitalista— d'aquest llibre és la subtrama de la desaparició dels grans genis industrials i empresarials americans, així com la decadència irreversible dels Estats Units ofegada per lleis que arruïnen la nació, que s'escuda en la igualtat, el bé comú i la necessitat pública, però que en realitat beneficien els saquejadors de les grans idees capitalistes com les de Rearden. I aquí apareix un personatge mític i popular (fins avui) de l'univers Rand: es tracta de John Galt, heroi secret, silenciós i desconegut que, ocult en un racó remot, organitza la vaga dels homes amb talent i coratge empresarial, que deixa la societat sense el motor del món, a manera de revolta, amb el signe del dòlar com a bandera (literal) contra els mediocres, corruptes i col·lectivistes que estan en el govern. Galt i Rearden es fusionen en un final daurat davant d'impostos i taxes depredadores a les quals es veuen sotmesos els valents i visionaris creadors de riquesa.

Aquesta distòpia mastodòntica i desaforada, va triomfar en una època en què el gènere estava en auge (s'havien publicat amb èxit les llegendàries, ara sí, referències literàries: *1984*, de George Orwell, o *Un món feliç*, d'Aldoux Huxley). La por nuclear a la Unió Soviètica era extrema i el terror per la pèrdua de l'estil de vida americà i l'hegemonia militar i econòmica mundial de l'era Eisenhower s'hi mastegava. L'èxit tingué el suport dels ambients més conservadors del republicanisme nord-americà, les revistes empresarials, la societat d'estudis econòmics ultraliberals Mont Pelerin i, especialment, el seguiment incondicional dels joves estudiants de les escoles de negocis i aspirants a herois del mercat, que trobaven en aquest tipus de literatura la barreja entre el clàssic idealisme juvenil i la mentalitat del pioner, associada amb la legitimació de l'egoisme, el descompromís social i l'exaltació del jo: no se'n podia demanar més.

Les relacions de Rand amb la dreta econòmica mundial han estat llargues, estretes i no exemptes de conflictes. Ludwig Von Mises va alabar *La rebelión de Atlas*, que li va semblar admirable i, sobretot, va valorar-ne la crítica sense pal·liatius a aquells que ambdós consideraven intel·lectuals esquerristes que, amb el discurs acadèmic, l'esperit burocràtic i la baixesa moral, influïen en polítiques governamentals socialitzants i generaven una antirevolució industrial autèntica. Alan Greenspan, el president de la Reserva Federal dels Estats Units entre 1987 i 2006, va ser, des de principis dels anys cinquanta, un acèrrim objectivista i seguidor de Rand: la seua defensa de la hipòtesi sobre el comportament racional dels mercats financers (transcripció quasi directa de l'individualisme racional del moviment de l'autora d'origen rus) va acabar esclatant en forma de punxada de tot tipus de bombolles especulatives i crisis devastadores en els mercats capitals que van arrossegar l'economia global a la gran recessió de 2008. El pare de l'anarcocapitalisme, Murray Rothbard, alabava les adaptacions dels seus llibres al cinema. Amb altres economistes neoliberals de l'Escola de Chicago, com ara Milton Friedman o George Stigler, la relació de Rand i el seu cercle es va anar fent tensa i insípida, fins que la nostra feréstega autora va acabar denunciant-ne el subjectivisme (la teoria del valor utilitarista és, per definició, subjectiva davant de l'objectivisme de la suposada filosofia moral de Rand), la immoralitat i —no és cap broma— l'emascarada tendenciositat cap al socialisme (Burns, 2010).

No obstant això, les influències de Rand en el discurs empresarial i econòmic nord-americà han estat escandalosament presents al llarg dels anys i de les diferents administracions. Si en l'era keynesiana les condicions no eren les més adequades per al missatge del capitalisme llibertari i totalment desregulat que proclamava Rand, justament en va ser el suport literari i l'estratègia de ficcionalitzar l'ideari —davant del pensament organitzacional acadèmic— el que li va permetre fer-se un lloc en l'imaginari cultural nord-americà, que després va ser fonamental en el relançament de les seues teories al llarg de l'ampli cicle neoliberal que començà en els anys vuitanta del

segle xx. Durant tots aquests últims anys, han estat constants les declaracions, no només de polítics conservadors sinó, el més important, de gurus *managerials*, empresaris, tecnòlegs i artistes de tot tipus (des del món de la música fins al del còmic) que trobaven la seua font d'inspiració, sobretot i per damunt de tot, en les dues novel·les «empresarials» de Rand.

El nou esperit del capitalisme que analitzaven Boltanski i Chiapello (2002) just en el canvi de segle semblava especialment engeixat amb els discursos anarcocapitalistes de Rand. La imatge dels grans empresaris multimilionaris que van començar els seus imperis tecnològics en garatges universitaris californians, els profetes de la Xarxa, els pioners informals de Silicon Valley, la nova mística del talent llibertari i la creativitat sense límits ni condicions triomfava com a estereotip, davant de la maldat intrínseca dels buròcrates, els funcionaris estatals i estatalistes, els acadèmics avorrits i els vells intel·lectuals clàssics d'esqueres, vistos com uns rancorosos i fracassats. Sembla com si el missatge de Rand haguera reaparegut, no als despatsos de la Mont Pelerin o dels senadors republicans dels Estats Units, sinó al món alegre, desregulat, brillant i superindividualista de les xarxes i les empreses tecnològiques. Les presentacions públiques multitudinàries dels nous productes d'Apple que feia Steve Jobs semblaven escenes tretes de *La rebel·lió de Atlas*, llibre que Steve Wozniak, el cofundador de la mateixa marca, va reconèixer com l'obra que l'havia guiat en la seua vida. Peter Thiel, cofundador de PayPal, el sistema de pagaments en la Xarxa més utilitzat del món i impulsor financer principal de Facebook, és un seguidor i admirador declarat de Rand, que és considerada la figura més influent en el sector. Fins i tot el nou desafiament de la mal anomenada economia col·laborativa s'envolta en la bandera de l'objectivisme, i Travis Kalanick, conseller delegat d'Uber, utilitza com a logotip personal en les seues xarxes la portada original, ara, de *El Manantial* (Kenn, 2015). Seria impossible ressenyar el nombre d'alts executius nord-americans en tots els sectors que animen encaridament a llegir alguna de les dues novel·les de Rand, o que reconeixen que alguna de les dues ha estat la seua lectura preferida. Veiem que, en

general, la imatge de l'empresari que es fa milionari per saber enfrontar-se valerosament a la mediocritat i la burocràcia política gaudeix de salut excel·lent en l'era de Trump.

En gran part, l'èxit històric i la gran perdurabilitat de l'obra de Rand han vingut de l'enorme habilitat per a teixir ficcions atraients i fascinadores per a ja diverses generacions de joves nord-americans, que hi han trobat una sort d'ideal de la seua independència i de l'autoafirmació del seu caràcter. Lectura probablement postadolescent a la qual el premi Nobel d'economia George Stiglitz atribueix quasi la màgia d'*El senyor dels anells* de Tolkien, però també conseqüències nefastes per a la formació de la racionalitat macroeconòmica dels directius nord-americans (Freedland, 2017).

Ficcions que troben la seua eficàcia simbòlica en una sàvia composició de gèneres literaris, que van des del melodrama fins al llibre d'aventures, passant per l'èpica o el relat de misteri, la versemblança de la qual sorgeix d'una projecció imaginària del lector sobre els valors que organitzen tot el subtext. Valors molt simples, que resisteixen la trobada amb la cultura popular, però que es doten d'una eficàcia simbòlica especial quan connecten amb l'ideal del jo del lector —en el més pur sentit del concepte freudià de model patern de personalitat (Freud, 1973)— que li ofereix una reafirmació de la seua pròpia trajectòria imaginària. La carrera de guionista de Rand li va servir per a estructurar bones històries, fer-les amenes o, fins i tot, molt interessants i obrir l'horitzó d'allò possible a un lector procliu a un reencantament individualista i voluntarista del món, de manera que es reforçava, alhora, el jo ideal (Freud, 1970), projecció del mateix lector concret que s'ha sentit interpel·lat per les crítiques que desacrediten l'esperit egoista i antihumà del capitalisme.

D'aquí ve el joc de contradiccions i paradoxes que envolta la figura de Rand. Llança una pretesa filosofia objectivista —racional, atea, antiidealista— per fer el cant més arbitrari, antirealista i històricament insostenible d'un individu sobrehumà purament mitològic. Es mostra furibundament antireligiosa pel substrat

irracional d'aquestes creences i, no obstant això, l'obra construeix un misticisme desafortat entorn de la figura idolatrada d'un empresari ultraterrenal que deixa pàl·lid l'hàbil i astut empresari innovador schumpeterià. Al final, la deessa del mercat i l'individualisme va trobar gran part de la seua fama gràcies a la creació de xarxes, cercles, fins i tot «col·lectius» (així és com es feien anomenar irònicament els seguidors de segona fila més pròxims a Rand) amb un fort sabor sectari (l'editorial i el projecte empresarial que difon el pensament de Rand a l'Argentina s'anomena ni més ni menys que Grito Sagrado). En algun moment ens recorden a aquelles comunitats utòpiques saintsimonians o comtians que, en la seua convulsa evolució, començaven cantant el valor de la raó, la ciència i el coneixement positiu, i acabaven creant rituals nous, celebrant misses estranyes i adorant el seu fundador com el nou déu d'una religió antireligiosa. Perquè seguint i barrejant les quatre definicions de literatura que planteja críticament Terry Eagleton (1993, 2016), en l'obra que Rand aconsegueix col·locar millor entre el seu públic, que són les seues dues meganovel·les, es troba el millor del discurs ficcional —és una representació del món real que s'engrandeix fins a l'impossible en el món literari—; el millor d'un ús específic del llenguatge —és autoreferencial, el món que crea no és còpia del món real, sinó que té per objecte recrear el seu propi món— el millor d'una presentació no pragmàtica —les novel·les són novel·les, no són tractats acadèmics ni llibres de text, es lligen bé sabent que són entreteniment— i, finalment, el millor d'un recurs al valor excepcional —fa creure que són obres per damunt del normal, producte d'una sensibilitat humana més desenvolupada i exquisida que el pur pensament instrumental. Tot això li confereix a Rand la grandesa atemporal de la falsedat autèntica en la literatura, en tant que relat acollit per part de la societat de l'època com a peça distingida que ens serveix per a entendre el món, interpretar-lo i comportar-nos-hi.

En un camp tan aparentment allunyat d'aquest que tractem aquí, com és el de la cultura obrera, Jacques Rancière (1997) ens ha ensenyat a apreciar que l'ideal de la revolució proletària li deu més, en la seua identitat mobilitzadora, a les lectures romàntiques

i esforçades de Víctor Hugo per part de grups d'artesans francesos, que glorificaven la poesia i el valor superior de l'art (llevant temps a la son i gastant els pocs diners de les economies exigües en compra de llibres o diaris), que a l'estudi o la comprensió científica de les lleis materials de la història del marxisme fundacional (curiosament autopresentades també com a «objectives»). Per a Rancière, més que amb el desplegament dels resultats d'una història analítica, és quan reconstruïm els itineraris dels actors socials concrets i contextualitzats que ens trobem formes de relat que construeixen la trama d'una història, que és la història de l'educació sentimental, intel·lectual i política d'una generació que s'ha format en un joc de superposició i sobreposició d'imatges a partir de cròniques d'accions heroiques, recopilacions de dolors punyents i àlbums d'emocions delicioses. És difícil separar en els seus efectes el discurs de la realitat i el discurs de la ficció: tota narració, siga el gènere que siga, és una manera de contar la història per mitjà d'un encaix de signes que tracta de construir un sentit dominant des de la posició social de l'enunciador.

Aquestes apreciacions de Rancière s'han tornat especialment clarividents quan veiem com s'ha proposat i dissenyat, amb èxit especial en els últims anys, una ficció *managerial* que busca tornar a apropiarse del sentit d'allò social (i fins i tot de tot allò humà) des de la funció empresarial (Salmon, 2008). El relat s'ha convertit en la paraula màgica de les presentacions corporatives, i el *management* ha fet un gir narratiu en tots els seus formats, nivells i extensions. Històries, emocions i ficcions noves s'entrellacen avui en un torrent d'enunciats allisonadors, generats pels grans fabricants de relats on allò real i allò imaginari es difuminen especialment: els gurus empresarials, barreja de visionaris tecnològics, profetes de la competitivitat i moralistes de la supremacia del mercat. Inventen futurs que es presenten com a possibles i rebutgen o demonitzen d'altres que es diagnostiquen com a impossibles: així, l'*storytelling* ho ha envaït tot en el món de l'empresa i l'economia en general, fins a conquerir la postveritat política. L'acció racional i legal que des de Kant fins a Weber s'anunciava com l'eix mateix de la modernitat il·lustrada passa per mals moments

—i d'aquí el descrèdit *managerial* de la burocràcia— i les formes de legitimació afectives i neocarismàtiques són les que han reconstruït la seua hegemonia sobre el valor de la personalitat excepcional. Idealització que ara es narra per a incitar la productivitat empresarial i la desinstitucionalització de les relacions laborals.

LA FICCIÓ *MANAGERIAL* DESPRÉS DE RAND

Amb la consolidació del neoliberalisme en la dècada dels vuitanta, la influència de Rand es fa present en l'estratègia per part dels autors de receptes *managerials* per a arribar als directius. Semblava com si l'èxit de l'autora d'*El Manantial* i *La rebelión de Atlas*, que desafiava el pas de les dècades, haguera subministrat una clau important per a alguns dels portaveus del discurs del *management* —el d'influir en els lectors per mitjà de la identificació freudiana i la projecció del propi jo en els avatars de l'èpica activitat directiva. Només podem assumir així el fet que la ficció s'entenga com una estratègia vàlida per a estendre el missatge gerencial. Això sí, amb alguna diferència. Si Rand va construir el marc filosòfic sobre el qual calia atorgar sentit a l'acció de l'empresari individualista, en la ficció *managerial* moderna, aquesta pauta d'actuació s'aplicarà a tot aquell directiu i treballador de les corporacions contemporànies, i no només s'identificaran amb aquesta imatge de l'individu rebel que lluita contra els elements (l'apatia, el conformisme, la burocràcia, etc.), sinó que a més tindran una dimensió humana, sentimental, una mica pacífica però divergent dels maniqueïsmes rígids i èpics de l'autora russa. De fet, els textos de la nova ficció *managerial* incorporaran un component un poc alié a la dinàmica maniquea de les decisions gerencials i que implica la incorporació d'intrahistòries sentimentals, lligades a la biografia personal dels protagonistes, però resoltes amb un estil literari molt *amateur* (una prova n'és l'elecció dels noms dels personatges de les novel·les, una mica artificiosos), i que són un mer afegit a la trama vertadera, que no és una altra que l'obtenció d'un *do* (en el sentit que li dona Propp, 1981) que els personatges de l'obra aspiren a conquerir, és a dir, la tècnica gerencial que els conduirà a l'èxit i a vèncer els seus competidors

en uns mercats caracteritzats per la incertesa i una guerra sense quarter entre les empreses.

En tot cas, en la literatura gerencial contemporània s'han desenvolupat, en realitat, dos gèneres literaris, les diferències entre els quals són relativament poroses: la faula i la novel·la. En el cas de la faula, entenem una ficcionalització de les conductes normatives a seguir en què el text acaba adoptant l'estructura d'una faula com puguen ser les de clàssics com Isop o La Fontaine. Un exemple ben conegut i model de referència és *Qui s'ha endut el meu formatge?*, de Spencer Johnson (2000), en què els protagonistes són uns ratolins i unes «personetes» que s'interroguen sobre qui s'ha endut el formatge i que descobreixen que només movent el formatge podran evitar que altres se l'emporten, en una al·legoria de la necessitat d'acomodar-se a un canvi perpetu. Altres textos rellevants en aquesta línia són *Aesop's Management Fables* (McCann i Stewart, 1997), on es reescriuen les faules d'Isop per a donar consells sobre gerència; *Fish!* (Lundin et al. 2001), en el qual uns pescadors han de treballar en equip, o *A Paperboy's Fable* (Patel, 2016), on un xiquet pobre, però emprenedor, assolix l'èxit empresarial. Tots tres casos són textos al·legòrics, de gran pobresa literària, tot i que compensada per èxits de vendes ressonants (el cas de *Qui s'ha endut el meu formatge?* ha estat paradigmàtic i ha estat un dels supervendes d'aquest segle en qualsevol gènere). A Espanya, un dels textos més exitosos ha estat *La bona sort*, de Rovira Celma i Trias de Bes (2004), que segueix, de fet, el mateix esquema de l'exitós relat de Johnson: dos amics es troben i un li narra a l'altre una faula o un relat; en el cas de *La bona sort*, es tracta d'una història de dos cavallers que busquen un trèvol màgic, en una al·legoria que representaria que la sort o, més ben dit, *La bona sort* no és el resultat de l'atzar sinó de crear circumstàncies propícies perquè aquest colp de fortuna s'hi esdevinga.

A pesar de l'èxit recent d'aquestes faules, la novel·la té, fins i tot, més acceptació entre els propagandistes de les teories gerencials i el públic en general. En les novel·les del *management* se segueixen les pautes de la ficcionalització que s'han esmentat en la faula, però amb continguts més desenvolupats, ja que l'estructura

narrativa ofereix més possibilitats. Rand n'és clarament un referent, tot i que a penes s'hi fa menció en els supervendes principals. Alguns autors que es van orientar per aquest gènere novel·lístic ja tenien una trajectòria consolidada en el terreny del pensament organitzacional. Per exemple, en destaca el cas del gran guru de la gestió Peter Drucker, que va publicar dues novel·les, mal rebudes per la crítica: *The Last of the Possible Worlds* i *The Temptation to Do Good* (1983). Aquest, potser el pensador angular en el terreny del *management* (Fernández Rodríguez, 2008), va voler incloure en la primera d'aquestes novel·les, en termes literaris, la seua defensa de la bona gestió, tot i que els resultats van ser discutibles, no solament per la dificultat d'inserir-ne els ensenyaments en el context de l'Europa d'entreguerres on s'esdevé l'acció, sinó per l'estil narratiu plomís. La segona, menys ambiciosa, se centra en una universitat i els conflictes interns que hi ha, encara que deixa clar de manera meridiana que era un altre estil de llibre, més dirigit al públic directiu. Posteriorment, una generació nova ha anat definint les regles d'aquest gènere nou per mitjà d'un nombre creixent de publicacions. Autors que han destacat han estat Tom de Marco (1997), amb *The Deadline: a Novel about Project Management*; Patrick Lencioni (2009) i *The Five Dysfunctions of a Team*, o Stefane Swanepoel (2011) i *Surviving Your Serengeti*. A Espanya, diversos autors han treballat aquest gènere amb bastant èxit, com és el cas de Fernando Trias de Bes, amb obres com *La bona sort* (Rovira i Trias de Bes, 2004), i Juan Carlos Cubeiro, amb la trilogia *La sensación de fluidez* (2001), tot i que també trobem el recurs al gènere del relat curt, representat pels textos recopilats per Pozo (2016).

No obstant això, els treballs més clàssics en aquest subgènere són *The One Minute Manager*, de Blanchard i Spencer Johnson (1983), que originà una franquícia autèntica de novel·les del *The One Minute Manager*, que continuà Blanchard amb altres autors, i especialment *La meta: un proceso de mejora continua* d'Eliahu Goldratt i Jeff Cox (1993), a la qual correspon dedicar una anàlisi més detallada, perquè recull, en bona part, la majoria de les claus d'aquest tipus de literatura. Així, tenim en primer lloc un personatge principal, Alex

Rogo, que s'enfronta a una sèrie de problemes en les seues tasques de gestió en una planta industrial. Assetjat per les demandes dels alts executius de la companyia, ha de donar un gir total a la gestió de la companyia en un termini breu (li donen tres mesos). En aquest sentit, Rogo personifica el directiu mitjà estatunidenc, i en la construcció del caràcter s'inclouen referències a la cultura i l'estil de vida americans (incloent-hi referències a les dificultats en la seua vida personal, discussions amb la seua muller, Julie, que els condueixen a una ruptura que, posteriorment, es resol en reconciliació). Així doncs, l'objectiu d'aquesta ficció *managerial* és traspassar a l'àmbit de la ficció alguns dels problemes plantejats en la literatura gerencial convencional (basada en exemples suposadament reals), però dotant el protagonista de l'èxit d'un element *humà*. I, a pesar d'això, les preguntes que es fa aquest personatge continuen coincidint fidelment amb les obsessions de consultors i gurus d'empresa (Goldratt i Cox, 1993: 19):

Des que els japonesos van envair els nostres mercats, la competència ha estat salvatge. Fa tres anys ens estaven afonant amb la seua qualitat i disseny. Acabem d'igualar-los en tots dos aspectes. I ara ens estan vençant en preu i servei... Tant de bo en coneguera el secret! Què puc fer per ser més competitiu?

Aquest és el repte a què s'enfronta Rogo. En la novel·la, el personatge principal tindrà un aliat curiós de caràcter fantasmal anomenat Jonah, un antic professor seu, expert en diferents temes i que, per mitjà d'una sort d'estil socràtic de diàleg, anirà orientant-lo perquè es replantege la seua meta i des d'aquí actuar en conseqüència (Goldratt i Cox, 1993: 40):

Si la meta és guanyar diners, aleshores —tal com ho explica Jonah— qualsevol acció que s'hi dirigisca és productiva. I l'acció que ens impedeix guanyar-los és improductiva. Des de l'any passat, o abans, la fàbrica s'ha apartat d'aquesta meta desitjable. Per tant, per salvar la fàbrica he de fer-la més productiva. He de fer que guanye diners per a la UniCo. És una simplificació del que ocorre, quasi una ximpleria, però és això, exactament.

Jonah torna el confós Alex Rogo al terreny de l'anomenat sentit comú, orientant les seues accions a la lògica de raonament de la companyia. Aviat, Rogo seguirà els consells del seu assessor, que sempre li planteja que hom ha de reflexionar per si mateix si vol trobar les respostes. Un passatge típic i repetit amb freqüència en la novel·la és el següent (Goldratt i Cox, 1993: 85):

—Però Jonah, no pots deixar-me així.

—Tinc clients esperant-me.

—Jonah, no tinc temps d'anar amb endevinalles. Necessite respostes.

Posa la mà sobre el meu braç.

—Alex, si em limitara a dir-te el que has de fer, al final fracassaries. Perquè les regles funcionen, has d'arribar tu mateix a les conclusions.

Jonah actuarà com el coach que ajuda Alex a trobar el seu propi camí, com si fora un assessor espiritual. Seguint els consells de Jonah, Alex Rogo comença a posar en marxa una sèrie de mesures en l'àmbit de la producció que, de manera incremental, contribueixen a un canvi en la dinàmica de la fàbrica fins que s'assoleix un escenari de beneficis (Goldratt i Cox, 1993: 231):

A mesura que màrqueting fa publicitat sobre els nostres terminis d'entrega nous, els ingressos no deixen d'augmentar. L'inventari és només una fracció del que era, i continua caient. Amb més volum de negoci i més unitats venudes, sobre les quals repartir costos, aquests s'han reduït, igualment, de manera notable. Total, anem directes a la meta: GUANYEM DINERS.

Al final, l'èxit empresarial (assolir aquesta meta, que no només és guanyar diners, sinó especialment construir el canvi i la formulació del qual és fonamental) permet al personatge arribar a la reflexió final del llibre (Goldratt i Cox, 1993: 321):

—Al mateix temps —va continuar—, imagines què vol dir ser capaç d'endinsar-se en el problema de fons, fins i tot en un entorn molt complex? Ser

capaç de crear i comprovar solucions que realment resolguen tots els efectes negatius sense crear-ne altres de nous? I, per damunt de tot, provocar un canvi bàsic a poc a poc, sense crear resistència sinó tot el contrari, entusiasme? Imagines poder tenir aquestes habilitats?

—Alex, això és el que tu has fet. Això és exactament el que tu has fet a la nostra planta.

Del que es tracta al final és d'adquirir aquestes habilitats per a impulsar el canvi de mentalitat dins de l'organització, la qual cosa passa per un autoexamen en què el directiu no només ha de reflexionar millor sobre les seues metes, sinó sobretot ser capaç de fer-se preguntes i afavorir que els seus subordinats també s'interroguen sobre el seu treball quotidià i els seus objectius, i fins i tot la seua personalitat i actitud davant de la vida. Això es produeix en totes les novel·les de *management*. Si mirem altres exemples, com ara obres espanyoles de literatura gerencial, el que observem és que l'esquema de Goldratt se segueix sense gairebé cap variació. Per exemple, ho podem comprovar en la novel·la *La sensación de fluidez*, de Juan Carlos Cubeiro (2003: 168)

Va pensar en Leopoldo Zoe: «Aquest directiu ha jugat amb avantatge! Dedicava temps a nadar, a suar, a respirar profundament, riu amb ganes i es concentra practicant el tir amb arc. Ha creat en el seu entorn un ambient ionitzat, amb música barroca i fotografies de platges precioses. Té clares les seues prioritats de lideratge. Amb humanitat, amb humilitat... Energia, energia, energia. I jo que fa gairebé una setmana el considerava un seixantí obsolet. Quin sentit del propòsit de la vida! Com se'n pot aprendre, d'ell!».

[...]

Jesús no sabia que a l'habitació del costat, Leopoldo Zoe estava pensant en la meravellosa oportunitat que el president de Reptelco li havia proporcionat per a mostrar algunes coses a Jesús. Així, havia aconseguit demostrar-se a ell mateix que la «naturalesa humana» es podia desenvolupar, que un tipus distant i convençut

del seu èxit podia aprendre les bases d'un lideratge més efectiu. Que com a mínim s'havia replantejat determinades coses.

De nou, els mateixos ingredients: en la novel·la de Cubeiro, el personatge Jesús Bauluz segueix un guru, Leopoldo Zoe, en un camí cap a la santedat on la finalitat és aprendre a ser líder. De nou, trobem històries paral·leles relacionades amb les emocions (tan importants en el capitalisme contemporani: vegeu Illouz, 2007), noms poc usuals en els personatges (Sid i Nott, Leopoldo Zoe, etc.), un estil de redacció una mica *amateur* i el recurs a seccions «poc literàries» com ara el resum de les idees principals del capítol, les guies d'actuació davant de problemes, etc., per a emfasitzar que la novel·la, en el fons, té una finalitat didàctica. La interpel·lació és constant i es pot veure de manera explícita en el pròleg del llibre (Cubeiro, 2003: ix):

Per això, espere de veritat que també a vostè, amic lector, li servisca aquesta història sobre lideratge per a reflexionar sobre el que fa en la seua activitat professional i per a avançar en el lideratge del seu equip.

En general, quasi totes les novel·les de *management* segueixen una estructura molt similar. Es basen fonamentalment a presentar l'esforç de gestionar com la necessitat de prendre decisions correctes, amb la qual cosa es teatralitza una representació de pràctiques bones i dolentes, que contrasten entre elles de manera que impliquen una valoració pràctica i moral. La decisió d'allò bo davant d'allò dolent es fa atenent a criteris de gestió, en funció, exclusivament, dels interessos de les empreses, indicant explícitament què es bo i desitjable. En aquestes novel·les, el directiu s'enfronta a problemes de gestió que requereixen eleccions caracteritzades per la inevitabilitat: no hi ha alternatives racionals a una manera prescrita de fer les coses, on la presentació d'una nova mirada, una guia d'acció o un descobriment de gestió es presenta com un do que condueix a l'èxit en els negocis (Fernández Rodríguez, 2007). En aquest sentit, totes les novel·les presenten una estructura similar a la dels contes de Propp (1981) amb una armadura

basada en la necessitat de fer eleccions dicotòmiques i inevitables entre la rutina anterior, marcada per l'estancament, el fracàs i la incapacitat, i un canvi que implica cooperació, objectius comuns, nova cultura gerencial i, sobretot, la pròpia idea de canvi, amb un sentit quasi revolucionari que portarà, amb esforç, l'èxit gerencial i empresarial. En general, es planteja una narrativa que emfasitza els valors individualistes dins d'un marc psicologitzant, que interpreta que determinats estímuls poden augmentar la motivació del directiu i els seus treballadors. La naturalesa humana és, així, profundament mal·leable. I es nega qualsevol element contextual o sociològic: d'aquesta manera, desapareixen del context elements com ara l'explotació econòmica, el conflicte social, la manipulació ideològica o la desigualtat (Fernández Rodríguez, 2007; Alonso i Fernández Rodríguez, 2013). Ocasionalment, hi ha alguna referència a algun conflicte laboral que acaba resolt de manera espontània quan la direcció és capaç de deixar enrere els números rojos.

El discurs d'aquestes novel·les coincideix, com cabria esperar, amb les característiques de l'anomenat discurs del *management*. S'hi utilitza de nou un determinat estil prescriptiu, amb profusió d'expressions com ara *s'ha de, cal...*, i en molts casos s'utilitzen acrònims o llistes fàcils de memoritzar (Huczynski, 1993; Chiapello i Fairclough, 2002). En la mateixa descripció de les situacions ja hi ha aparellada una prescripció que no només ordena una realitat sinó que persegueix estimular i entusiasmar. A més, aquestes novel·les estan plenes d'elements mitològics en el sentit barthesià del terme (Barthes, 2000), que impregnen d'ideologia els missatges dels personatges del relat. Entre aquestes mitologies, abunden referències a alguns exemples que ja hem descrit anteriorment (Fernández Rodríguez, 2007), i entre les quals destacarien els següents:

- a) Mitologia d'estils de direcció: en les novel·les, es diferencia entre estils de direcció: d'una banda, l'estil que es pretén explicar en la novel·la als lectors, i que és el que marca la conducta a seguir per a garantir l'èxit dels negocis; d'altra banda, els estils de direcció restants, deficientes

- i equivocats, que si persisteixen, conduiran al fracàs organitzacional.
- b) Mitologia de la cooperació: aquesta parteix de la idea que, a pesar de possibles conflictes (plantejats en el començament de les novel·les), al final directius i treballadors comparteixen els mateixos interessos. El conflicte social seria inexistent dins de l'empresa i, si existeix, és el resultat d'una mala gestió per part dels directius o mera irresponsabilitat o apatia dels treballadors. En general, l'arrel dels problemes d'adaptació al canvi i la flexibilitat d'alguns membres de les empreses.
- c) Mitologia del treballador compromès i lliure: el treballador s'hi presenta molt motivat, acceptant de bona gana els canvis que planteja la direcció. És un treballador proactiu, exemplar en la seua conducta de compromís amb l'organització, alineat 100 % amb els interessos de l'empresa, que odia la burocràcia perquè vol ser lliure i estar més a prop del client. S'hi mostra una imatge del treballador que resulta seductora i presenta la nova organització del treball com atractiva i plena de reptes, que lluita contra el conservadorisme associat a les velles maneres de treballar, inflexibles i burocràtiques.
- d) Mitologia del directiu compromès: si els treballadors poden estar motivats és perquè els gerents són capaços de fer-ho. Els directius no es tanquen als despaxos de les torres de vidre, sinó que s'involucren personalment amb el seu treball. Es presenta una imatge excitant de les tasques, per a les quals «s'arromanguen». Davant de la passivitat d'altres, no dubten a posar tota la carn a la graella (entre altres coses, el seu temps: de fet, en la major part de les novel·les apareix una segona trama, centrada en els avatars personals i familiars del directiu, i en la qual es reflecteixen les tensions de la falta de temps amb la parella i els fills, l'efecte de l'estrés en les relacions familiars, etc.).

Aquestes mitologies estan destinades a exercir de justificacions de determinades maneres d'organitzar

el treball, i descriuen una conducta concreta a seguir que té per objectiu inspirar el lector i cridar-lo a l'acció. Aquestes narratives s'articulen, si seguim Bormann (1983), entorn dels anomenats *fantasy themes*, misatges dramatitzats, on diverses persones (que solen ser els membres de l'organització, encara que és possible que també s'hi involucren agents externs com ara consultors, amics o familiars) comparteixen una fantasia grupal en la qual diferents personatges representen una sèrie d'actuacions inspirades en la vida real en una escena determinada en què s'involucren (Jackson, 2001; Fernández Rodríguez, 2007). El lector, com a espectador, s'acaba projectant d'una manera o altra en els actors del relat i en les històries que s'hi contenen, molt similars en temàtica i desenvolupament. De fet, segueixen un mateix fil narratiu: el directiu-heroi arriba a una empresa en mala situació econòmica, però porta amb ell un do o una eina màgica, una nova tècnica de gestió que millora de manera increïble els resultats de l'empresa, a la qual porta a l'èxit en un final feliç (*happy end*).

Un altre element destacable és l'ús d'uns personatges inspirats en el directiu-heroi *managerial*, encara que amb alguns matisos diferents. Com s'indicava en Fernández Rodríguez (2007), una de les característiques dels llibres gerencials és la utilització de la figura de l'anomenat directiu-heroi, associat a la idea de l'heroi clàssic. Aquest, en desús en la literatura moderna, era un personatge literari la vida del qual només tenia sentit quan se la vinculava a un possible èxit existencial, que no era un altre que el d'ocupar un lloc determinat al món, amb un projecte plenament definit i actuant d'una manera totalment prefixada, en un determinisme absolut, sense errors ni dubtes (tal com indicava Bajtin, 2003). La seua conducta i els seus actes el predestinen per a l'èxit, per a donar exemple als altres, cosa que obliga l'autor de textos gerencials a desenvolupar, en la seua narrativa, un discurs dogmàtic i monològic (Fernández Rodríguez, 2007). I és que, si no fora així, aquest objectiu no es podria aconseguir: com indicava Bajtin (2003: 155-156):

En cas contrari s'hauria aportat el moment de *culpa* i *responsabilitat*, i la unitat artística

del destí es destruiria. L'heroi quedaria lliure, podria estar subjecte a un judici moral, no tindria caràcter necessari, podria ser un altre. Quan l'heroi es constitueix basant-se en la culpa i la responsabilitat [...], deixa de coincidir amb ell mateix, i l'extraposició de l'autor en allò més important [...] es perd i la conclusió artística que transgredeix es torna impossible..

No obstant això, l'heroi d'aquestes novel·les del *management* presenta alguns matisos, ja que es tracta d'enriquir-ne el personatge amb trets més humanitzats. Per exemple, en *La meta*, ja hem dit que el personatge principal, Alex Rogo, té problemes familiars; hi apareix en ocasions cansat i confús. A pesar d'això, en les seues accions, en la seua cerca personal, sembla seguir un camí determinat, acomodant a la intencionalitat del relat. En altres treballs, com els *RRelatos HHumanos*, compilats per Pozo (2016) i en què els diferents autors presenten estampes diverses de les dificultats a les quals s'enfronta la gerència en temps de crisi, també hi abunden les referències a enuigs, funerals, cafés i tensions. A pesar d'això, al final sempre apareix l'èxit i una sort d'ensenyament final que els acaba acostant a aquest directiu-heroi, i és que el grau de dispersió del comportament del personatge respecte a una norma establerta és realment escàs, si el comparem amb la impredecibilitat de la literatura moderna (Lotman, 1978). D'aquesta manera, els personatges d'aquestes novel·les continuen sent aliens a la modernitat i s'aproximen més a la forma clàssica de l'*exemplum* o narrativa amb finalitat d'exemplaritat que, segons Barthes (1990), representa una forma de persuasió suau. Ja Boltanski i Chiapello assenyalaven, de fet, que (2002: 99):

Igual que els llibres edificants o els manuals d'instrucció moral, la literatura de gestió empresarial practica l'*exemplum*, selecciona els casos retinguts segons la seua virtut demostrativa —el que cal fer davant del que no cal fer— i no reté de la realitat més que els aspectes que li permet confirmar l'orientació que vol impulsar.

CONCLUSIÓ

Les idees gerencials tenen una influència notable en el món empresarial, la qual cosa es deu, en bona part, a la capacitat de difusió extraordinària que tenen gràcies als seus propagandistes, entre els quals destaquen els experts en gestió empresarial o gurus del *management*. Una part d'aquests propagandistes ha optat, en les últimes dècades, per estendre el seu missatge utilitzant formats peculiars: un n'ha estat el recurs a la ficció —la literatura *managerial*, en forma de novel·les i faules—, per mitjà de la qual el lector, generalment un professional atribolat, es posa en el paper d'un directiu d'èxit i segueix la seua recerca de la tècnica gerencial que el conduirà a aquest èxit professional i financer anhelat. Curiosament, la construcció d'aquestes novel·les té un precedent notable, que és el de les novel·les de Ayn Rand, autora de capçalera dels líders empresarials i polítics neoliberals més influents, i que defensava la lluita de l'individu emprenedor davant de l'Estat, la burocràcia i el col·lectivisme, en una mistificació de l'egoisme antidistributiu com a filosofia vital exposada en novel·les riu com ara *El Manantial* o *La rebelión de Atlas*.

Els treballs dels novel·listes contemporanis del *management* no tindran aquest component èpic tan descarnat, ja que miren de tenir empatia amb els seus lectors per mitjà de la presentació de vinyetes emocionals (frustracions, pèrdues, problemes familiars); no obstant això, coincidiran en la seua mirada maniquea del món, on l'èxit empresarial és l'objectiu a seguir, en una narració rígida i deutora de formats medievals com l'*exemplum*. I és que les ficcions *managerials*, igual que la resta d'obres de la «literatura d'empresa», s'articulen entorn d'oposicions estructurals entre conductes de comportament. En aquestes novel·les, un personatge clau exposarà la seqüència de les accions i, davant de les alternatives, especificarà l'acció correcta, la decisió racional en interès de l'empresa i l'estil de direcció adequat. Es posa èmfasi especial en la mobilització del directiu, per a la qual cosa es presenta el seu treball com molt excitant. Per a aconseguir aquesta identificació, un personatge, habitualment un directiu d'empresa (un directiu-heroi), arribarà a l'èxit en els negocis a partir

de l'adopció d'una tècnica de gestió determinada, de manera que les accions adoptades tenen un caràcter exemplaritzant i moralitzador.

Tot i l'aparició d'alguns elements en la narrativa que doten d'un cert tret realista els personatges, com ara les referències a les seues preocupacions quotidianes, dubtes i relacions personals, al final s'hi acaba imposant una retòrica de creixement personal relativament

rígida i en la qual la condició humana cedeix finalment a l'estereotip. Així, en aquestes novel·les del *management*, s'estimula una visió un poc maniquea del món empresarial, en què els personatges presenten un perfil pla i ja predeterminat, i en què, a pesar dels esforços d'humanització dels personatges, al final acaben caient en els mateixos arquetipus entorn dels quals Rand construïa els seus rebels amb causa (la causa de l'enriquiment sense límits ni condicions).

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2006). El imaginario managerial: El discurso de la fluidez en la sociedad económica. *Política y Sociedad*, 43(2), 127-151.
- Alonso, L. E. i Fernández Rodríguez, C. J. (2013). Los discursos del management: Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak*, 28, 42-69.
- Alvesson, M. i Willmott, H. (Ed.) (1992). *Critical Management Studies*. Londres: Sage.
- Bajtín, M. (2003). *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Barthes, R. (2000). *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI.
- Blanchard, K. i Johnson, S. (1983). *El ejecutivo al minuto*. Ciutat de Mèxic: Grijalbo.
- Boltanski, L. i Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. i Darbel A. (1969). *L'amour de l'art*. París: Minuit.
- Bormann, E. (1983). Symbolic convergence: organizational communication and culture. En L. Putnam i M. Pacanowsky (ed.), *Communication and organization: An interpretive approach* (p. 99-122). Beverly Hills, CA: Sage, pp. 99-122.
- Burns, J. (2010). *Goddess of the Market: Ayn Rand and the American Right*. Nova York: Oxford University Press.
- Carrère, E. (2017). *Conviene siempre tener un sitio donde ir*. Barcelona: Anagrama.
- Collins, D. (2000). *Management Fads and Buzzwords*. Londres: Routledge.
- Collins, D. (2007). *Narrating the Management Guru: In Search of Tom Peters*. Londres: Routledge.
- Cubeiro, J. C. (2003). *La sensación de fluidez*. Madrid: Prentice Hall.
- DeMarco, T. (1997). *Deadline: A novel about Project Management*. Nova York: Dorset House Publishers.
- Drucker, P. (2016). *The Last of the Possible Worlds & The Temptation to Do Good: Two Novels by Peter Drucker*. Philadelphia: Paul Dry Books.
- Eagleton, T. (1993). *Una introducción a la teoría literaria*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Eagleton, T. (2016). *Cómo leer literatura*. Barcelona: Península.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2007). *El discurso del Management: tiempo y narración*. Madrid: CIS.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2008). Management y sociedad en la obra de Peter Drucker. *Revista internacional de sociología*, 49, 195-218.
- Gantman, E. (2005). *Capitalism, Social Privilege and Managerial Ideologies*. Aldershot: Ashgate.
- Freedland, J. (10 d'abril de 2017). The New Age of Ayn Rand: How she Won over Trump and Silicon Valley. *The Guardian*. Recuperat de <https://www.theguardian.com/books/2017/apr/10/new-age-ayn-rand-conquered-trump-white-house-silicon-valley>
- Freud, S. (1970). *Psicología de las masas*. Madrid: Alianza.
- Freud, S. (1973). *Introducción al narcisismo y otros ensayos*. Madrid: Alianza.

- Garland, D. (1999). *Castigo y sociedad moderna: Un estudio de teoría social*. Ciutat de Mèxic: Siglo XXI.
- Geertz, C. (1988). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Goldratt, E. i Cox, J. (1993). *La meta: un proceso de mejora continua*. Madrid: Díaz de Santos.
- Hayek, F. (2005). *Camino de servidumbre*. Madrid: Alianza.
- Heller, A. (2009). *Ayn Rand and the World She Made*. Nova York: Doubleday.
- Huczynski, A. (1993). *Management Gurus: What Makes them and How to Become one*. Londres: Routledge.
- Illouz, E. (2007). *Intimidaciones congeladas: Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Ipola, E. (1982). *Ideología y discurso populista*. Ciutat de Mèxic: Folios.
- Jackson, B. (2003). *Gurús anglosajones: Verdades y mentiras*. Barcelona: Ariel.
- Jenks, C. (1993). *Cultural Reproduction*. Londres: Routledge.
- Jones, G. S. (2014). *Lenguajes de clase. Estudios sobre la clase obrera inglesa (1832-1982)*. Madrid: Siglo XXI.
- Johnson, S. (2000). *¿Quién se ha llevado mi queso?* Barcelona: Urano.
- Lee, M. J. (1993). *Consumer Culture Reborn. The Cultural Politics of Consumption*. Londres: Routledge.
- Lencioni, P. (2002). *The Five Dysfunctions of a Team*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Lotman, Y. (1978). *Estructura del texto artístico*. Madrid: Istmo.
- Lundin, S.; Paul, H. i Christensen, J. (2001). *Fish! La eficacia de un equipo radica en su capacidad de motivación*. Barcelona: Urano.
- Keen, A. (2015). *The internet is not the Answer*. Londres: Atlantic Books.
- McCann, D. i Stewart, J. (1997). *Aesop's Management Fables*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Micklethwait, J. i Wooldridge, A. (1998). *La hora de los gurús: Visionarios y nuevos profetas de la gestión empresarial*. Madrid: Alianza.
- Patel, D. (2016). *A Paperboy's Fable: The 11 Principles of Success*. Nova York: Post Hill Press.
- Postman, N. (2016). *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show business*. Barcelona: La Tempestad.
- Pozo, M. (coord.) (2017). *RRelatos HHumanos*. Barcelona: LID Editorial Empresarial.
- Propp, V. (1981). *Morfología del cuento*. Madrid: Fundamentos.
- Rancière, J. (1997). *La nuit des prolétaires. Archives du rêve ouvrier*. París: Pluriel/Hachette Littérature.
- Rand, A. (2003). *La rebelión de Atlas*. Buenos Aires: Grito Sagrado.
- Rand, A. (2004). *El manantial*. Buenos Aires: Grito Sagrado.
- Ricoeur, P. (1975). *Hermenéutica y estructuralismo*. Buenos Aires: Megápolis.
- Rovira Celma, Á. i Trías de Bes, F. (2004). *La buena suerte: Claves de la prosperidad*. Barcelona: Urano.
- Salmon, C. (2008). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península.
- Swanepoel, S. (2011). *Surviving your Serengeti*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Walker, J. (1999). *The Ayn Rand Cult*. Chicago, IL: Open Court Publishing.
- Weiss, G. (2012). *Ayn Rand Nation: The Hidden Struggle for America's soul*. Nova York: St. Martin's Press.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.

NOTA BIOGRÀFICA

Luis Enrique Alonso Benito

És catedràtic del Departament de Sociologia de la Facultat de Ciències Econòmiques de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). Ha estat docent internacional a les universitats de Southbank de Londres, París IX (Dauphine) i París I (Laboratoire Georges Friedmann), Xalapa (Veracruz, Mèxic) i la República de l'Uruguai. S'ha especialitzat en sociologia econòmica i en l'anàlisi i investigació sociològiques dels fenòmens d'acció col·lectiva i moviments socials. Així mateix, ha dirigit investigacions en l'àmbit de la Unió Europea (programa Comett, DG5), accions concertades amb la Cardiff University (programa British Council / Ministeri d'Educació) i projectes competitiu

de la Dgicyt, entre d'altres. En la UAM coordina el grup d'investigació estable Estudios sobre trabajo y ciudadanía (SOC E-O30).

Carlos Jesús Fernández Rodríguez

És docent del Departament de Sociologia de la UAM des de setembre de 2007. Doctor en Sociologia per la Universidad Autónoma de Madrid (2004), és llicenciat en Econòmiques per la UAM (especialitat en Sociologia Econòmica, 1997) i en Sociologia per la UNED (2002). Màster en Administració d'Empreses (MBA) per l'Escola d'Organització Industrial (2000). Ha fet estades d'investigació en diferents universitats internacionals. Entre les seues publicacions destaquen els llibres *El discurso del management* (Madrid, CIS, 2007), *Vigilar y organizar* (com a editor, Madrid, Siglo XXI, 2007), *El debate sobre las competencias* (amb Luis E. Alonso i José M.^a Nyssen, Madrid, ANECA, 2009) o *Los discursos del presente* (amb Luis E. Alonso, Madrid, Siglo XXI, 2013). Actualment és el president del Comité d'Investigació de Sociologia del Consum de la Federació Espanyola de Sociologia i editor de la *Revista Española de Sociología*.





Managerialisme i meritocràcia del coneixement

Ernesto R. Gantman

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
UNIVERSIDAD DE BELGRANO (ARGENTINA)

ernesto.gantman@comunidad.ub.edu.ar

No hi ha un terme adequat en castellà ni en valencià per al que en anglès es coneix com *managerialism*, per la qual cosa farem servir l'anglicisme *managerialisme* al llarg d'aquest text. El terme remet a la idea que els mètodes propis de la gestió d'empreses tendeixen progressivament a colonitzar diverses esferes de la vida quotidiana dels individus. D'acord amb Martin Parker (2002: 9), el *managerialisme* és, «en última instància, una forma de pensament i activitat que s'està utilitzant per a justificar una crueltat i iniquitat considerable». En les últimes dècades, aquesta expansió del pensament i dels models del món dels negocis i l'administració ha anat de la mà d'una ideologia gerencial dominant que en un altre lloc vaig denominar «nou paradigma del *management*» (Gantman, 2005) i que bàsicament es refereix a un discurs sobre l'adveniment de noves formes organitzacionals planes, més dinàmiques i alliberadores en un món del treball que converteixen el model burocràtic en tècnicament i administrativament obsolet. Al llarg dels anys aquest nou paradigma ha desenvolupat diversos aspectes o components discursius. Concretament, un dels components centrals que ha resistit el pas del temps, és el que es refereix a l'emergència d'una meritocràcia del coneixement. Si les ideologies gerencials deixen de limitar-se a l'àmbit reduït dels professionals de l'administració i, com alguns autors han plantejat (Boltanski i Chiapello, 1998), adquireixen un públic més ampli per a convertir-se en un autèntic «esperit nou» del capitalisme, aleshores cal prendre's seriosament alguns dels tòpics principals, entre els quals hi ha el que ens ocupa en aquest treball.

En una línia argumentativa que troba els antecedents en el pensament de la utopia saintsimoniana i *La Nova Atlàntida*, de Francis Bacon, els defensors del nou paradigma assignen al coneixement el rol de recurs productiu central de la nova societat. Tom Peters (1992: 758), per exemple, parla de la importància del coneixement, i fins i tot arriba a afirmar que «la destresa devora la destresa». En economia, la teoria del «capital humà» aporta rigor a aquesta concepció i estableix la importància del coneixement que adquireixen les persones com a element predictiu dels seus ingressos i, per tant, de la seua posició social. En resum, el nou paradigma indica que el poder i el prestigi, així com el nivell d'ingressos, d'aquells que tenen més talent i coneixements augmentaran. El poder prescriptiu d'aquest discurs és innegable i, com podem deduir de l'explosió credencialista i del creixement de la indústria d'educació superior en l'àmbit global (Schofer i Meyer, 2005), els individus han augmentat la demanda de coneixements i educació formal. Aleshores, ens hem de preguntar si, des d'un punt de vista estrictament empíric, estem assistint realment a la generalització d'un sistema meritocràtic, almenys al món desenvolupat; cal recórrer a les dades disponibles per a establir si aquest panorama és real o és només una mera expressió de desig de qui proposa aquest nou paradigma.

La idea que la nostra societat contemporània està basada en un sistema totalment obert de capillaritat social és, naturalment, anterior a la prèdica dels teòrics d'aquesta ideologia gerencial. Sobre això,

en la dècada dels seixanta, William Goode (1967: 5) va escriure que:

Se'ns assegura que vivim en una societat orientada per l'èxit, i la norma és ubicar els individus en les seues ocupacions d'acord amb el mèrit. No obstant això, les investigacions de sociòlegs i psicòlegs demostren que, a mesura que els infants passen a través de llindars successius a posicions més elevades, l'efecte acumulat de classe, raça, sexe i altres atributs fàcilment adscriptius augmenta en compte de disminuir.

En canvi, Bernard Barber (1968) indicava, en la mateixa època, que la reducció de barreres en l'accés a l'educació i al coneixement constituïa una força que permetia sotjar una autèntica meritocràcia a l'horitzó futur. Tanmateix, aquesta anticipació del que més endavant sostindrien els partidaris del nou paradigma del *management* no sembla tenir un ancoratge absolutament sòlid en la realitat empírica. Pel que fa a això, estudis realitzats per Griffin i Kalleberg (1981) sobre la societat estatunidenca —que aquests investigadors tenien, aleshores, per la més semblant a una meritocràcia— suggereixen que la pertinença a una classe social determinada (concepte operacionalitzat d'acord amb el criteri de propietat i control dels mitjans de producció) exerceix una influència pròpia en les recompenses laborals econòmiques i psicològiques. Així mateix, Griffin i Kalleberg (1981: 30) indiquen que «l'educació, a tot estirar, ajuda els individus de les classes més avantatjades a eixir, però l'efectivitat per a col·locar-los-hi és certament dèbil». Aquests autors, si bé admeten que hi ha certa relació entre la posició ocupacional i l'educació rebuda, conclouen que a pesar de l'acceptació popular que pugua tenir la idea de la visió meritocràtica, «i als usos a què aquesta es pugua prestar, no sembla ser la base per la qual els homes es classifiquen i es posicionen en l'estructura social americana». Si prenem com a exemple altres societats, podem esmentar també l'opinió de Göran Therborn (1992: 63) que considera que les investigacions sobre les variables que determinen l'ingrés a països escandinaus revelen «una declinació del rol de l'educació en la diferenciació d'ingressos».

El resultat d'aquests estudis porta a Therborn (1992: 65) a pensar en l'existència d'«una raó per a dubtar que el rol del coneixement és la clau de les societats postindustrials».

A més, referint-se a la societat britànica, Michelle Jackson et al. (2002) han argumentat que, al contrari del que es creu de manera popular, hi ha una tendència decreixent en la importància de l'educació formal com a factor determinant de la mobilitat social ascendent durant les últimes dècades del segle xx. En un estudi més recent, Bukodi et al. (2016: 835) conclouen que, «com a mínim a la Gran Bretanya, hi ha escassos indicis d'un moviment cap a una meritocràcia basada en l'educació». En el cas francès, un treball de Bouchet-Valat et al. (2016: 15) indica que, lluny d'augmentar, els retorns a l'educació «han disminuït massivament al llarg del temps». No obstant això, fins i tot acceptant que la inversió en educació pugua tenir un retorn econòmic positiu (Ashenfelter i Rouse, 2000), no hem de perdre de vista que el coneixement adquirit no és l'únic factor determinant, ni el més important, de la posició social. Com observa Tilly (1998), hi ha àmplia evidència que diversos factors de tipus categòric (com ara raça i gènere) tendeixen a oferir una explicació millor per a la reproducció de la desigualtat social i, per tant, a retre compte de manera més acabada de gran part de les diferències individuals en capital humà.

D'altra banda, i independentment de les conclusions que se'n puguen obtenir a partir d'enquestes d'ingressos en l'àmbit nacional —que poden ometre variables importants per a la formulació de models que permeten avaluar millor els distints mecanismes causals en la distribució dels ingressos—, algunes investigacions amb mostres més reduïdes d'individus en entorns laborals concrets poden ser més aptes per a identificar les forces que operen en els processos de distribució de recompenses a les organitzacions. En aquest sentit, hi ha dos grans teories que resulten pertinents. La primera es refereix als anomenats sistemes de mobilitat per concurs, que corresponen a grans trets amb el model ideal de la meritocràcia, ja que les posicions i els augmentos salarials s'atorguen

d'acord amb l'habilitat, els coneixements i l'esforç. La segona, els sistemes de mobilitat de patrocini, suggereix que el determinant principal de les recompenses obtingudes és el to de les relacions entre els treballadors i els seus superiors. Un estudi elaborat per Sandy Wayne et al. (1999) en una gran empresa estatunidenca va contrastar empíricament ambdós enfocaments i conclou que les variables motivacionals i de capital humà s'associaven, bé de manera estadísticament no significativa o bé, fins i tot, de manera negativa, a dues variables dependents (la progressió salarial i l'avaluació de potencial d'ascens), mentre que les variables de la teoria de mobilitat per patrocini (relació de mentoratge i qualitat de l'intercanvi líder-subordinat) tenien un efecte positiu i estadísticament significatiu sobre ambdues variables dependents. Aquestes troballes demostren que, contràriament al discurs del nou paradigma, l'ideal meritocràtic no rep el suport esperat en contextos organitzacionals. A més, hem d'esmentar també obres recents com les de McNamee i Miller (2009), Frank (2016) i Bloodworth (2016), que directament qualifiquen la idea de la meritocràcia en la societat contemporània com a mite.

El que pretenc amb això no és negar la rellevància del coneixement, que tant ha fet per millorar les condicions materials de vida de la civilització humana, sinó posar de manifest l'existència d'una ficció meritocràtica en el discurs de la ideologia gerencial dominant en l'actualitat. L'educació és valuosa com a finalitat en ella mateixa, a partir del desenvolupament personal que pot brindar als individus. No obstant això, tot i que la meritocràcia pugui ser una ficció, creure que és certa té conseqüències reals. L'efecte legitimant

que aquesta produeix dona lloc al que Kaus (1992) ha anomenat la «trampa de l'equitat». Si els resultats del mercat es perceben com a fonamentats en una base de mèrit autènticament i socialment acceptable i, per tant, com a justos o equitatius, és més fàcil fer-ne una equivalència entre valor econòmic i valor «personal». Això planteja una amenaça seriosa per a la igualtat social, ja que pot limitar les possibilitats de capillaritat social ascendent per a qui no ha estat beneficiat per les recompenses del mercat. Si, contràriament, els judicis del mercat es consideren arbitraris, és a dir, basats simplement en l'atzar o en qualitats personals que són, *a priori*, irrelevants per a la tasca o treball que es jutja, el risc d'assimilar el valor personal a l'èxit o al fracàs econòmic disminueix. Així, decreix la probabilitat que oportunitats posteriors en la vida estiguen governades pel cercle viciós de la dependència sobre la manca d'èxit econòmic anterior.

Desafortunadament, la trampa de l'equitat és més real que hipotètica pel que fa a les conseqüències òbvies de l'ordre social. Com suggereixen alguns psicòlegs socials, hi ha una creença generalitzada que vivim en un «món just» (Lerner, 1998). La gent pensa que típicament es verifica una correspondència raonable entre les accions d'una persona i les recompenses o càstigs que n'obté com a resultat. Aquesta noció dona suport a la ficció meritocràtica. Per tant, tot i que no hi haja massa evidències per a esperar l'ascens proper de la meritocràcia basada en l'educació, el coneixement i la intel·ligència, els ideòlegs del nou paradigma del *management* possiblement obtinguen credibilitat en la proclamació fal·laç de la materialització real o imminent de la meritocràcia en la societat contemporània.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Ashenfelter, O. i Rouse, C. (2000). Schooling, Intelligence and Income in America. En K. Arrow, S. Bowles i S. Durlauf (ed.), *Meritocracy and Economic Inequality* (p. 89-117). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bernard B. (1968). Social Stratification Structure and Trends of Social Mobility in Western Society. En T. Parsons (ed.) *American Sociology: Perspectives, Problems, Methods* (p. 184-195). Nova York, NY: Basic Books.

- Bloodworth, J. (2016). *The Myth of Meritocracy: Why Working-Class Kids Still Get Working-Class Jobs*. Londres: Biteback.
- Boltanski, L. i Chiapello, E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. París: Gallimard.
- Bouchet-Valat, M., Peugny, C. i Vallet, L. A. (2016). Inequality of Educational Returns in France: Some Evidence of Change in the Relative Importance of the Effect of Education and Social Background on Occupational Careers.
- Bukodi, E., Goldthorpe, J., Halpin, B. i Waller L. (2016). Is Education Now Class Destiny? Class Histories across Three British Birth Cohorts. *European Sociological Review*, 32, 835-849.
- Frank, R. H. (2016). *Success and Luck: Good Fortune and the Myth of Meritocracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gantman, E. R. (2005). *Capitalism, Social Privilege and Managerial Ideologies*. Aldershot: Ashgate.
- Goode, W. J. (1967). The Protection of the Inept. *American Sociological Review*, 32, 5-19.
- Griffin, L. J. i Kalleberg, A. L. (1981). Stratification and Meritocracy in the United States: Class and Occupational Recruitment Patterns. *British Journal of Sociology*, 32, 1-35.
- Jackson, M., Goldthorpe, J. i Mills, C. (2005). Education, Employers and Class Mobility. *Research in Social Stratification and Mobility*, 23, 3-33.
- Kaus, M. (1992). *The End of Equality*. Nova York, NY: Basic Books.
- Lerner, M. J. (1998). The Two Forms of Belief in a Just World: Some Thoughts on Why and How People Care about Justice. En L. Montada i M. J. Lerner (ed.), *Responses to Victimitizations and Belief in a Just World* (p. 247-260). Nova York, NY: Plenum.
- McNamee, S. J. i Miller, R. K. (2009). *The Meritocracy Myth*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Parker, M. (2002). *Against Management: Organization in the Age of Managerialism*. Cambridge: Polity Press.
- Peters, T. (1992). *Liberation Management: Necessary Disorganization for the Nanosecond Nineties*. Nova York, NY: Alfred A. Knopf.
- Schofer, E. i Meyer, J. W. (2005). The Worldwide Expansion of Higher Education in the Twentieth Century, *American Sociological Review*, 70(6), 898-920.
- Therborn, G. (1992). *Peripicias de la modernidad*. Buenos Aires: El Cielo por Asalto.
- Tilly, C. (1998). *Durable Inequality*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Wayne, S. J., Liden, R., Kraimer, M. i Graf, I. (1999). The Role of Human Capital, Motivation and Supervisor Sponsorship in Predicting Career Success. *Journal of Organizational Behavior*, 20, 577-595.

NOTA BIOGRÀFICA

Magister Scientiarum en Administració Pública (UBA) i doctor per la Universidad de Buenos Aires (Administració). Professor i investigador a la Facultat de Ciències Econòmiques de la Universidad de Buenos Aires i la Universidad de Belgrano (Argentina). És autor del llibre *Capitalism, Social Privilege and Managerial Ideologies* i de diversos articles científics en revistes nacionals i internacionals.



S'ha convertit la universitat en una escola de negocis?

Martin Parker

UNIVERSITY OF BRISTOL

martin.parker@bristol.ac.uk

Rebut: 15/04/2018

Acceptat: 24/06/2018

La diferència entre el que la majoria creu que fan les universitat i el que en realitat fan és cada vegada més gran. Avui dia, la imatge d'edificis medievals i professorat absort podria considerar-se més aviat cursi; no obstant això, gran part de la ciutadania europea encara concep les universitats com llocs al servei del país i la ciutat on s'ubiquen, com exportadores de coneixement generoses. El professorat acadèmic treballa en idees que després difon al món, siga transmetent-les a l'alumnat, plasmant-les en llibres i revistes o creant tècniques i productes que deriven en noves indústries. És un coneixement que es gesta a l'interior, però s'utilitza a l'exterior: després d'incubar-lo i polir-lo, es divulga. I, malgrat que tot el que es fa a les universitats implica que el món està en canvi constant, d'alguna manera la idea d'universitat roman atemporal.

Tanmateix, hi ha un fet que canvia les coses de manera substancial: a escala global, avui dia, l'alumnat cursa majoritàriament Administració i Direcció d'Empreses. En 2015, al Regne Unit hi havia 327.000 estudiants matriculats en escoles de negocis, un nombre molt superior al de qualsevol altra àrea.¹ Les escoles de negocis del Regne Unit tenen una importància especial dins del sector, i la història d'aquestes és rellevant perquè ens mostra un futur possible de la universitat europea. Les escoles

de negocis britàniques generen coneixement que es transmet al món, però també s'utilitza per a reestructurar la mateixa universitat. Certament, es podria dir que l'escola de negocis és el cucut al niu alié, que remodela de manera gradual la idea d'universitat i en redefineix la funció i el propòsit acadèmics. Aquest tipus de coneixement és un paràsit gerencial que viu a costa del seu amfitrió o una mena d'hormona que es produeix dins de la mateixa entitat corporativa i que acaba canviant-ne el funcionament.

No és només que les persones responsables de les universitats s'estiguen deixant seduir per cerebrets ben vestits que parlen d'excel·lència, productivitat i qualitat. Potser el gerencialisme es manifesta en determinades formes del llenguatge, però es posa en pràctica per mitjà de l'economia. Durant les dues últimes dècades, les universitats del Regne Unit s'han privatitzat sense que el públic general en fora conscient: la privatització no es va fer efectiva venent-ne participacions sinó reduint-ne gradualment el finançament públic i substituint-lo per préstecs per a estudiants i instant les universitats a ser més emprenedores. A tall d'exemple, jo treballo en una universitat anglesa i en el curs 2015-2016 només una quarta part dels nostres ingressos provenia de l'Estat, en gran part destinat a les àrees de ciència, tecnologia i medicina. D'altra banda, actualment, l'alumnat de ciències socials i humanitats no rep cap tipus de subvenció estatal. L'escola de negocis és una criatura d'aquest nou mercat.

¹ www.universitiesuk.ac.uk/facts-and-stats/data-and-analysis/Documents/patterns-and-trends-2016.pdf

El que diferencia les escoles de negocis del Regne Unit d'altres àrees de les ciències socials i les humanitats ha estat la capacitat que tenen d'obtenir grans quantitats de diners per a la universitat amfitriona corresponent. Al començament, això s'aconseguia per mitjà dels MBA (Màster en Administració d'Empreses) i, quan aquests van començar a decréixer, es feia per mitjà dels programes de màster dirigits principalment a estudiants extracomunitaris. Màster en Administració, Màster en Finances, Màster en Màrqueting... i així successivament. Són cursos d'un any de durada que majoritàriament s'imparteixen a alumnat xinès, amb unes taxes acadèmiques entorn dels 20.000 euros. Venen al Regne Unit per aprendre anglès, que és la mateixa llengua que es parla als Estats Units i, per tant, es ven molt bé. En els últims anys també s'han incrementat considerablement els ingressos procedents de les matrícules de grau, amb taxes de més de 10.000 euros per a estudiants nacionals i de la resta de la Unió Europea. A més, el grau amb més demanda és el d'Administració i Direcció d'Empreses, la qual cosa hi ha comportat ingressos enormes. No és exagerat afirmar que l'augment dels ingressos procedents de les escoles de negocis ha permès als successius governs britànics avançar en la privatització de tot el sector. Sense aquesta font d'ingressos, la reducció del finançament públic hauria estat catastròfica per a les institucions i probablement impracticable des del punt de vista polític.

D'altra banda, les escoles de negocis també han permès moltes coses en altres sentits. A mesura que les universitats van començar a dependre de l'entrada de diners, van començar a veure l'alumnat com una font d'ingressos. Sempre havia estat així, sens dubte, però la relació entre les preferències de l'estudiantat i la situació econòmica de la universitat cada vegada era més òbvia. A més, es van suavitzar les restriccions pel que fa al nombre d'estudiants, que els mecanismes de finançament de l'Estat assignaven, abans, a determinades universitats o programes d'estudis; així doncs, el nombre d'estudiants —i, per tant, els ingressos— podia ser molt més variable. D'aquesta manera, va passar a ser un mercat en què els estudiants són com bosses d'or i la resta

d'universitats, la competència —en compte de ser institucions companyes. Els programes d'estudis i els departaments es van convertir en fonts d'ingressos, i calcular-ne el «superàvit» o l'«aportació» relatius va passar a ser una pràctica habitual de l'administració de la universitat. Els departaments d'una mateixa universitat van començar a competir entre ells quan els van amenaçar amb la congelació de salaris, la supressió de llocs de treball o, fins i tot, el tancament, si no eren rendibles. Va ser així com els departaments de Sociologia i Química van tancar i el nombre d'escoles de negocis va augmentar perquè, segons el mercat, això era el que havia de passar.

Les idees sobre «el mercat» i la necessitat de gestió estan estretament vinculades. Per exemple, perquè un departament o una universitat passe del quadrant inferior dret al superior esquerre (atés que, teòricament, l'èxit sempre es mou en aquesta direcció) cal que hi haja ingressos o bé reduir els costos. El llenguatge i les tècniques de l'escola de negocis contemporània s'estan instal·lant en bona part dels departaments de la universitat: en reunions, estructures organitzatives, declaració d'objectius, etc. Cal articular estratègies, trobar clients i vendre el producte, la qual cosa vol dir gastar-hi més diners: en màrqueting i publicitat, en remodelacions del campus per a impressionar la gent que el visite en les jornades de portes obertes, en la innovació constant del «producte» per a donar als clients el que volen, en acreditacions i en tot el que es pugui per escalar posicions en la classificació d'universitats.

Aquestes classificacions són bastant interessants, ja que diuen a clients potencials com han de prendre decisions. Donen per fet que el consumidor no té coneixement directe del producte i, generalment, les elabora algú que té alguna cosa a vendre. Al Regne Unit procedeixen de diferents grups de comunicacions, però també contenen informació extreta directament d'altres classificacions. Posem-ne un exemple: les classificacions d'investigacions elaborades per l'Estat britànic —que alimenta els rànquings que publiquen els mitjans— es basen en les de revistes que elaboren institucions com la

Chartered Association of Business Schools (associació britànica d'escoles de negocis), que depèn de les quotes de personal acadèmic i de les empreses contractants, o en els càlculs del «factor d'impacte» de diferents revistes, que elaboren empreses de gestió del coneixement, com ara Thomson Reuters i RELX, que cobren per la informació que generen. Es tracta d'una xarxa complexa on moltes organitzacions diferents trauen diners d'on poden.²

Així doncs, des del moment en què les universitats del Regne Unit van començar a competir en el «mercat», es van enfrontar a una gran quantitat de costos procedents de diverses fonts. El gran nombre de persones que estudiava màrqueting, imatge corporativa, estratègia, qualitat, lideratge i estudis similars va augmentar encara més, igual que les taxes que les universitats havien de pagar per aconseguir determinats certificats de qualitat o per pertànyer a determinats grups. Estar en el mercat és car; tanmateix, si no tens algun avantatge històric —com és el cas de les prestigioses universitats d'Oxford i Cambridge, per exemple—, no hi ha cap altre remei que continuar gastant per romandre-hi. I això inclou invertir en líders pretesament excel·lents que requereixen compensacions d'acord amb les seues responsabilitats. En 2016, el salari mitjà d'un rector va superar els tres-cents mil euros, i alguns, fins i tot, es van acostar al mig milió.³ D'aquesta manera, la roda continua girant i cada vegada cal gastar més diners per a guanyar més diners, i calen més gestors per a administrar-ho tot.

És irònic que les tècniques i el llenguatge necessaris per a aquesta transformació de la universitat ja hi foren, des del principi, davall de l'atri relluent de l'escola de negocis (atri que suscitava un escepticisme intel·lectual considerable entre la resta d'acadèmics

de la universitat, que assumia que estava integrat majoritàriament per idiotes pedants de punta en blanc).⁴ La qüestió és que l'escola de negocis ensenya que és possible motivar el personal i convèncer la clientela perquè gaste diners, que el lideratge pot ser transformador, que els negocis són internacionals, que la tecnologia comporta avantatges de mercat, que els mercats assoleixen resultats eficients, etc. Els coneixements que s'imparteixen a l'escola de negocis constitueixen un model per a convertir la universitat en una empresa de gestió del coneixement com qualsevol altra, a punt per a competir amb Thomson Reuters per vendre els seus productes.

El tipus de gerencialisme que dona forma a les universitats del Regne Unit és aquell per al qual no hi ha cap diferència entre vendre telèfons mòbils o graus, o entre promocionar destinacions per a les vacances o «experiències universitàries». Qualsevol idea de la universitat com a institució egrègia amb nou segles d'antiguitat, que, a més, manté una relació especial amb els interessos de l'Estat o del mercat laboral, ha quedat arrasada en l'intent de seguir el ritme incessant de mercat. I aquest és la clientela i els diners que gasta tant en articles de gran valor, com ara les matrícules i l'allotjament, com en café, amanides, cervesa, samarretes, dessuadores, togues i orles; igual que en un parc temàtic, on cada atracció és una oportunitat perquè la gent amolle un parell més de dòlars.

En aquest sentit, les escoles de negocis han guanyat. Han colonitzat les universitats i la seua lògica ja es troba a tot arreu, en cada corredor. Un aplaudiment per a elles, les salvadores de les universitats britàniques, perquè només una persona idiota defensaria la ineficàcia i els privilegis professionals que hi havia abans. La disciplina del mercat vol dir que tot el món guanya, perquè ja no se sobrecarrega els contribuents, la clientela-alumnat està al centre dels interessos de la institució i el treball del personal acadèmic és tenir la clientela contenta i no omplir-se les butxaques.

2 Vegeu Parker, M. (2017). Being Edited: Academic Journals and Knowledge Corporations. En: M. Benner, T. Huzzard i D. Karreman (ed.), *The Corporatization of the Business School: Minerva Meets the Market* (p. 199-216). Londres: Routledge.

3 www.theguardian.com/education/2017/feb/23/university-vice-chancellors-average-pay-now-exceeds-275000

4 Per exemple, Parker M. (2002). *Against Management*. Oxford: Polity.

Una legió de gestors s'encarrega de supervisar la universitat de masses i s'assegura que el personal acadèmic fa el que se li diu; s'assegura que s'hi han establert sistemes de control de qualitat amb indicadors clau d'acompliment per a enxampar tot aquell que trenque les normes, o evangelitza sobre la cultura i la marca distintives de la seua universitat, en comparació amb alguna altra. (Perquè com més s'assemblen unes a altres, més necessari és proclamar als quatre vents, en pàgines web i tanques publicitàries, les diferències entre elles, la importància que tens TU per a elles i la rapidesa amb què faràs el bot, amb un somriure d'orella a orella, cap a una carrera meteòrica.)

No obstant això, se'ns acosta una pèrdua més gran, ja que l'única cosa que separava la Universitat de les acadèmies professionals o de la consultoria 2.0 era que es tractava d'un lloc singular, on el coneixement es produïa de manera generosa, en compte de vendre'l a determinats sectors del mercat.⁵ El problema a què s'enfronta ara la Universitat britànica, amb els costos enormes i incessants que té per a vendre la seua diferenciació en un mercat saturat, consisteix justament a aconseguir ser diferent, ja que, si es

tracta d'una empresa com qualsevol altra, les diverses funcions hauran de competir en preu, eficiència, mode d'entrega, etc. Altres organitzacions poden ser més ràpides a obtenir resultats d'una investigació, donar classes en qualsevol moment del dia o de la nit en els vint-i-quatre fusos horaris, entregar de manera puntual els treballs corregits o, simplement, guanyar més diners amb menys treballadors.

La gestió, entesa com un grup de persones i una forma de coneixement, és un gran anivellador. La realitat és que no importa què s'està gestionant, perquè tot es tractarà com una qüestió d'entrades i eixides que només es pot resoldre contractant més personal gestor. I el salari d'aquestes persones haurà de generar-se amb més clients o amb més eficiència i, d'aquesta manera, la lògica implacable del gerencialisme marcarà cada decisió i requerirà que cada vegada hi haja més gent que es forme en Ciències Empresarials i Administració. La tràgica ironia que amaga la victòria de l'escola de negocis és que podria implicar la mort de la Universitat. El paràsit farà que el seu amfitrió mute i el transformarà en quelcom de bastant diferent, i la majoria de la gent ni tan sols serà conscient del que ha perdut.

5 Collini, S. (2012). *What Are Universities For?* Londres: Penguin.

NOTA BIOGRÀFICA

Martin Parker és Professor of Organisation Studies a la University of Bristol. És un dels acadèmics més respectats del camp dels Critical Management Studies. El seu últim llibre és *Shut Down the Business School: What's Wrong with Management Education* (Londres: Pluto Press, 2018).



«Tornar a fer gran Amèrica»: el projecte d'excel·lència en retrospectiva

David Collins

UNIVERSITY OF SUFFOLK

talkbusiness@uos.ac.uk

Rebut: 30/03/2018

Acceptat: 09/06/2018

Donald Trump és el quaranta-cinqué i potser —segons el que han suggerit alguns humoristes— l'últim president dels Estats Units. La candidatura de Trump a la presidència del país es basà en la promesa de posar «Amèrica primer» per tal de «tornar a fer gran Amèrica». Per descomptat, encara falta veure com es traslladaran uns compromisos tan imprecisos a polítiques econòmiques i mesures diplomàtiques concretes. En el context de la «política de la postveritat», pareix molt més adequat ponderar si alguna de les proclames de Trump —construir el mur, deportar estrangers, criminalitzar l'avortament o processar Clinton— s'acabarà materialitzant algun dia.

En el seu article per a *The Atlantic*, Salena Zito (2016) comenta les promeses de campanya de Trump i, de manera general, com ha estat el seu camí fins al poder. El seu punt de vista és molt interessant i ha estat plagiat en nombroses ocasions (*Private Eye*, 1432). Zito suggereix que la premsa es pren al peu de la lletra el que diu Trump, però no seriosament, mentre que els seus simpatitzants s'ho prenen seriosament, però no al peu de la lletra. Ford i Goodwin (2014), en l'anàlisi que fan del sentiment d'aquells que en prendre's seriosament Trump van donar suport al ressorgiment d'una dreta radical als Estats Units, conclouen que la minoria que va facilitar-li l'ascens a la presidència espera que l'Administració Trump siga igualitària en el terreny econòmic, però conservadora en el terreny social.

Jo no done suport a Trump ni a aquest buit polític anomenat Brexit, però sí que crec que hem de prendre's seriosament la dreta radical. Em pareix de vital importància reflexionar sobre l'agenda neoliberal, que constitueix l'essència de la dreta radical, perquè tant si en formem part de la coneguda com «elit metropolitana» o de l'autoproclamada «majoria silenciosa desencantada», tots haurem d'enfrontar-nos a la promesa de «tornar a fer gran Amèrica». Per a això, situaré la declaració de Trump en un context on ja s'havia manifestat la voluntat, encara que no d'una manera tan polititzada, de regenerar el país. Aquest desig d'ubicar l'afany de Trump en un context històric més ampli implica diverses el·lipsis en la manera com interprete el seu missatge central. Són el·lipsis crucials. Marquen una pausa, un sospir, i ens mostren que aquest compromís amb la grandesa dels Estats Units ja havia estat expressat abans i que en realitat guarda una similitud descoratjadora amb un manifest a favor de reformar i modernitzar el sector empresarial llançat fa uns trenta-cinc anys.

L'EXCEL·LÈNCIA EN RETROSPECTIVA

En 1982 Tom Peters i Bob Waterman publicaren *In Search of Excellence*. El llibre, convertit en tot un símbol, analitzava l'economia dels Estats Units, ofegada per les taxes d'inflació de dos dígits, l'atur i els interessos bancaris. I si això no n'era prou, en l'estudi s'afirmava que era, precisament, l'estil de

vida americà el que estava amenaçat, ja que alguns competidors estrangers —amb el Japó al capdavant— els disputaven l'hegemonia en diversos sectors industrials. No obstant això, pel que feia a la idea que calia adoptar necessàriament els principis de gerència japonesos perquè els Estats Units tornaren a ser grans, (Kahn, 1970; Kahn i Pepper, 1978), Peters i Waterman sostenien que, a pesar del declivi econòmic del país, encara hi quedaven reductes amb una perspectiva gerencial eficaç, autòctona i inconfusiblement nord-americana. Exhibint aquests reductes d'excel·lència com si foren fars que il·luminen el camí als altres, Peters i Waterman assenyalaven que el futur dels Estats Units el forjarien aquells que pogueren tornar a equilibrar els factors que constituïen les habilitats racionals (com les estructures i els sistemes) i les emocionals (com la plantilla i el talent).

Així mateix, els autors afirmaven que l'èxit dels Estats Units en el futur es construiria a partir dels vuit atributs següents:

1. Preferència per l'acció, atesa la impaciència que despertaven els comitès d'empresa
2. Voluntat d'apropar-se al client
3. Concessió d'autonomia com a pas previ a l'emprenedoria
4. Cerca de la productivitat per mitjà de les habilitats emocional
5. Necessitat que els directius s'hi impliquen i donen importància als valors
6. Identificació dels mercats principals i de la competència
7. Necessitat de simplificar les plantilles i retallar-les
8. I, de nou, acceptació que l'autonomia és el pas previ per a l'emprenedoria.

El projecte d'excel·lència ha estat objecte de crítiques enèrgiques, evidentment, tant conceptuals com metodològiques (per a una síntesi, consulteu Collins, 2007). Carroll (1983) i Guest (1992), per exemple, adverteixen de la naturalesa redundant dels atributs abans esmentats i qüestionen obertament que per a

assolir l'excel·lència siga necessari acomplir totes i cada una d'aquestes vuit benaurances. Per la seua banda, Weick (2004) esgrimeix que el projecte d'excel·lència presumeix d'«actuar» en detriment de «dialogar». No obstant això, les crítiques a l'obra de Peters i Waterman solen infravalorar el dinamisme del projecte d'excel·lència alhora que en malinterpreten les idees principals (Collins, 2007). Tanmateix, i deixant de banda les subtils habilitats en el discurs acadèmic, jo he argumentat que el projecte d'excel·lència en el fons no és més que un truc brut i barat per dues raons: a) nega a les dones la pertinença corporativa plena (Collins, 2012) i b) implica que els treballadors (homes) renunciïn a les seues proteccions legals i garanties laborals en nom del «canvi cultural» (Collins, 2000). Tot i això, seguisc pensant que el projecte d'excel·lència constitueix una fita important que ha de prendre's seriosament, sobretot perquè no només situa al centre de l'univers «el diàleg» sense més, sinó el diàleg sobre valors i esforç. Per això mateix, ja he apuntat que el projecte d'excel·lència no ha d'entendre's com un tractat pseudocientífic fallit, sinó com una obra de teatre moral que ha persistit perquè contextualitza i explica les penúries dels Estats Units. De fet, és precisament apuntant una solució a aquests problemes com s'ofereixen a mànagers i treballadors noves maneres «d'estar» en el treball (Collins, 2007; 2013). Una peça clau per a establir els fonaments d'aquesta nova manera «d'estar» és el relat: Peters i Waterman al·legaven que els mànagers hi han de recórrer per autoritzar i modelar la conducta que es requereix per tal d'aconseguir l'excel·lència empresarial.

En general, no desaprove aquesta oda a l'art del narrador. Ara bé, des del meu punt de vista, si el que es pretén desxifrar són les prioritats del projecte d'excel·lència, potser és més important analitzar els relats que han emprat els autors amb la intenció de propagar la seua promesa de salvació. En el meu anhel per trobar el relat sobre el qual s'han construït aquestes noves formes d'actuar que el projecte d'excel·lència lloa i permet alhora, he examinat els recursos narratius que sustenten l'obra de Tom Peters. Aquí m'he limitat a abordar-ne només una petita part,

i això m'ha permès especular, de manera informada, sobre la història recent dels Estats Units i el seu futur immediat. Tant si hom es pren seriosament Trump com si ho fa al peu de la lletra, la meua anàlisi ofereix una perspectiva interessant de la seua presidència, perquè, com es veurà més endavant, qüestiona si els Estats Units de Trump poden, realment, tornar a ser grans algun dia als ulls dels qui l'han posat en el càrrec.

No obstant això, abans de revisar els relats que ens ofereix el projecte d'excel·lència, hem de detenir-nos i enumerar les característiques principals del relat poètic. Una vegada fet això, pretenc analitzar una omissió significativa en l'univers narratiu del projecte d'excel·lència i acabar amb una reflexió sobre el que aquesta omissió pot significar per a la presidència de Trump i el seu desig de «tornar a fer gran Amèrica».

Es pot afirmar que la *Poètica* d'Aristòtil (1998) segueix essent l'obra de referència per a totes aquelles persones interessades en el discurs narratiu. Sens dubte, hi ha textos posteriors que amplien l'obra d'Aristòtil i que fins i tot examinen formes narratives excloses de la seua anàlisi (Booker, 2004), però la formulació clàssica aristotèlica del relat poètic continua essent vàlida, perquè incideix en el fet que qualsevol història (a) posa els personatges en un compromís i (b) els fa avançar seqüencialment fins que (c) s'arriba a una conclusió que és agradable, en part perquè (d) es manté fidel a la dinàmica desenvolupada entre escena, actor i trama. A partir d'aquesta estructura narrativa específica del que es considera «una història», he detectat més de set-cents relats poètics dins del corpus de l'obra publicada per Tom Peters (Collins, 2007, 2012, 2013).

HISTÒRIES EN EL TREBALL

En la seua anàlisi sobre la importància de la narrativa empresarial, Martin et al. (1993) assenyalen que, si bé quasi totes les empreses es vanten de tenir una cultura única, quan els seus membres es veuen

obligats a justificar tal afirmació solen recórrer a un repertori narratiu molt limitat. De fet, Martin i els seus col·legues mantenen que aquest catàleg es redueix bàsicament a set històries. Si se'n resumeixen els relats a partir de les preguntes clau que ells plantegen, Martin et al. suggereixen que l'univers narratiu queda restringit a set preguntes que es repeteixen una vegada i una altra:

1. Es regeixen els alts caps per les normes que ells mateixos hi han establert?
2. Ofereix un tracte humà el director general?
3. És meritocràtica l'organització?
4. Em faran fora?
5. M'ajudarà l'organització a reubicar-me?
6. Com reacciona l'empresa davant dels errors?
7. Com s'enfronta als obstacles?

En relació amb els set relats que conformen, en gran mesura, els llocs comuns de l'univers corporatiu, Martin et al. afirmen que sorgeixen i circulen principalment perquè tracten les preocupacions constants que condicionen el dia a dia en el treball. Com era d'esperar, la meua investigació demostra que la narració que Tom Peters utilitza per a il·lustrar i fomentar el seu projecte d'excel·lència s'ajusta, a grans trets, al patró identificat per Martin i els seus col·legues, però amb una excepció: en el projecte d'excel·lència no es fa al·lusió a la inseguretats laboral, assumida com un fet normal per treballadors i treballadores. Efectivament, entre els més de set-cents relats oferts per Peters, no n'hi ha cap que tracte la inseguretats o la inestabilitat laborals. I això resulta xocant, si tenim en compte que mitjançant aquestes estratègies narratives es mostren les preferències i es posen en relleu les prioritats. Així doncs, davant de l'absència absoluta de relats entorn de la inseguretats laboral dins del projecte d'excel·lència, es dedueix que aquells que en els anys vuitanta es van proposar «tornar a fer gran Amèrica» eren indiferents, en el millor dels casos, a les conseqüències de les seues polítiques neoliberals.

Aquests trenta-cinc anys d'indiferència s'enfronten ara a la indignació i l'exigència de «tornar a fer gran Amèrica». Segons les enquestes, el nucli dur de votants de Trump —és a dir, aquells que ansien la grandesa nord-americana amb més convicció— està format per homes de més de cinquanta anys. I heus aquí una paradoxa terrible, ja que es tracta del mateix electorat al qual un dia li van imposar el projecte d'excel·lència. De fet, aquest mateix grup, perquè es comprometera amb la «qualitat», la «clientela» i el «canvi», va ser persuadit en els anys vuitanta per tal que trencara els lligams amb la comunitat i renunciara a les obligacions recíproques que un dia uniren General Motors i la ciutat de Flint (Michigan), o Timex i Little Rock (Arkansas). En aquest sentit, el meu estudi sobre l'excel·lència i la insatisfacció laboral implica directament la presidència de Trump, perquè fins ara no hi ha res que indique que el seu conservadorisme social va unit a una política econòmica que reconega les preocupacions comunament associades al treball, i encara menys que escometa les pors més profundes

que sorgeixen quan la inseguretad laboral acaba per vincular treball i pobresa.

Per això, m'acomiaré amb la reflexió següent: *In Search of Excellence* es va escriure fa aproximadament trenta-cinc primaveres i més de mil anys¹. No obstant això, la meua anàlisi retrospectiva de l'obra en el context de l'elecció de Trump planteja que certs objectes ens queden més a prop del que la seua imatge en l'espill retrovisor ens pot fer pensar. I així, mentre el projecte d'excel·lència es fa gran a les meues espatlles, no puc evitar preguntar-me: i no estariem més ben atesos per polítics i gurus de la gestió que, en lloc de prometre «tornar a fer gran Amèrica», desenvoluparen polítiques que la reconstruïren de nou?

1 Atès que he suggerit que l'obra de Zito pot haver estat plagada per altres, convé també aclarir que aquesta frase al·ludeix a *L'home que pogué regnar*, de Kipling. En el relat, al narrador se li promet una història amb esdeveniments que han tingut lloc fa «tres primaveres i mil anys». La història pot trobar-se en moltes edicions.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Aristòtil (1988). *Retòrica; Poètica*. Barcelona: Edicions 62.
- Booker, C. (2004). *The Seven Basic Plots: Why we Tell Stories*. Londres: Continuum.
- Carroll, D. T. (1983). A Disappointing Search for Excellence. *Harvard Business Review*, novembre/desembre, 78-82.
- Collins, D. (2000). *Management Fads and Buzzwords: Critical-practical Perspectives*. Londres: Routledge.
- Collins, D. (2007). *Narrating the Management Guru: In Search of Tom Peters*. Londres: Routledge.
- Collins, D. (2012). Women Roar: The «Women's Thing» in Tom Peters' Storywork, *Organization*, 19(4), 405-424.
- Collins, D. (2013). In Search of Popular Management: Sensemaking, Sensegiving and Storytelling in the Excellence Project. *Culture and Organization*, 19(1), 42-61.
- Ford, R. i Goodwin, M. J. (2014). *Revolt on the Right: Explaining Support for the Radical Right in Britain*. Londres: Routledge.
- Guest, D. (1992). Right Enough to be Dangerously Wrong: An Analysis of the «In Search of Excellence» Phenomenon. En G. Salaman (Ed.). *Human Resource Strategies*. Londres: Sage.
- Kahn, H. (1970). *The Emerging Japanese Superstate*. Londres: Harper and Row.
- Kahn, H. i Pepper, T. (1978). *The Japanese Challenge: The Success and Failure of Economic Success*. Londres: Harper and Row.
- Martin, J., Feldman, M. S., Hatch, M. J. i Sitkin, S. B. (1983). The Uniqueness Paradox in Organizational Stories. *Administrative Science Quarterly*, 28, p. 438-453.
- Peters, T. i Waterman, R. (1982). *In Search of Excellence: Lessons from America's Best Run Companies*. Nova York: Harper and Row.

Private Eye (2016), 1432 (25 de novembre / 8 de diciembre), p. 9.

Weick, K. (2004). A Bias for Conversation. En D. Grant, C. Hardy, C. Oswald i L. Putnam (ed.), *The Sage Handbook of Organizational Discourse*. Londres: Sage.

Zito, S. (23 de setembre de 2016). Trump Makes his case in Pittsburgh. *The Atlantic*. Recuperat de www.theatlantic.com/politics/archive/2016/09/trump-makes-his-case-in-pittsburgh/501335/

NOTA BIOGRÀFICA

La investigació de Collins ha produït publicacions notables, entre les quals hi ha alguns llibres clau sobre els capricis i les modes en el món de la gestió (*Management Fads and Buzzwords*) i sobre el guru de la gestió Tom Peters (tots dos publicats per Taylor i Francis, Routledge), així com uns cinquanta articles sobre una àmplia varietat de qüestions, com ara consultores de gestió i indústria de l'assessoria; empoderament; modes en la gestió; professionalitat i projectes professionals; règim financer i enfonsament de *l'Equitable Life*. La British Academy of Management (BAM) li ha concedit dos premis per articles basats en la seua investigació.



Una modesta proposició*

Gabriel Abend

NEW YORK UNIVERSITY, UNIVERSITÄT LUZERN I MAX-WEBER-KOLLEG

abend@nyu.edu

«I LIQUE ROC», O UNA MODESTA PROPOSICIÓ PER A LES CIÈNCIES SOCIALS ORIENTALS.

Pel professor John Whitelocke
Universitat d'Auchmuty
Especial per a *Razones y Personas*

«I speak English / I lique roc /
I've never learned another language»

LEO MASLIAH, «I lique roc»

<https://www.youtube.com/watch?v=33QCSSiFFKk>

«Estaba pensando sobre viviendo
con mi sister en New Jersey»

PIXIES, «Vamos»

<https://www.youtube.com/watch?v=WIFj0k1Dozq>

I

«Els límits del meu llenguatge són els límits del meu món» (Wittgenstein, *Tractatus* 5.6).

L'idioma de la ciència avui és l'anglès.

La seua hegemonia és indubtable.

És indubtable en les ciències naturals des de fa temps, però ara també ho és en les ciències socials.

És indubtable en la macroeconomia i la demografia des de fa temps, però també ho és en la teoria política, la política comparada, la sociologia històrica i la sociologia de la cultura.

Les revistes científiques més prestigioses són en anglès.

Les revistes, els col·loquis i les conferències «internacionals» són en anglès.

Publicar en anglès està millor vist que publicar en mandarí, persa o alemany.

Els organismes que avaluen els acadèmics xinesos, iranians i alemanys incentiven les publicacions en anglès.

Els camps científics no són locals sinó mundials o «globals», tots juguen al mateix joc, i a aquest joc es juga en anglès.

II

Hem de celebrar aquesta tendència o lamentar-se'n?

Promoure-la o combatre-la?

* Aquest text, d'intenció humorística, fou publicat prèviament en el blog uruguaià *Razones y personas* (<http://www.razonesypersonas.com/2017/06/i-lique-roc-o-una-modesta-proposicion.html>). L'autor ha donat amablement el seu permís per a reproduir-lo en aquest monogràfic de la revista *Debats*.

El dilema i el debat no són nous.

Molt s'ha escrit sobre l'imperialisme i el nacionalisme lingüístics, i la relació que tenen amb el colonialisme, la construcció d'identitats nacionals i regionals, i les polítiques públiques en països plurilingües.

Molt s'ha escrit sobre l'anglès en particular i la investigació científica en particular.

Què cal fer.

Persa o anglès.

Espanyol o anglès.

(Ariel o Caliban?)

El dilema i el debat no són nous, però és indubtable qui té raó: hem de celebrar i promoure l'ús de l'anglès en les ciències socials a la Xina, l'Iran, Alemanya i també a l'Uruguai.

I a qualsevol país que no haja tingut la precaució d'adoptar l'anglès com a llengua oficial.



III

Hi ha diversos arguments en contra d'aquesta tendència idiomàtica, en contra de l'hegemonia de

l'anglès, però seria fàcil demostrar que són fal·laços i antiquats.

Per exemple, s'argumenta, erròniament, que els idiomes estan associats amb perspectives ontològiques, és a dir, l'idioma afecta què pot haver-hi al món.

Que els idiomes estan associats amb perspectives epistemològiques, això és, l'idioma afecta com es pot pensar el món i entendre'l.

Que els idiomes no són mitjans neutrals de comunicació, sinó que reflecteixen i expressen tradicions culturals.

Hi ha coses que el mandarí, el persa i l'alemany ens podrien dir, però que l'anglès no permet expressar.

Que l'idioma únic porta a l'homogeneïtzació del pensament, tant l'anglès contemporani com el llatí medieval.

I que l'anglès és una imposició de l'imperialisme ianqui.

Tant en la ciència com en l'educació, les relacions internacionals, el periodisme, l'art, la música i el cinema.

I malgrat que potser no sempre és un imperialisme deliberadament i estratègicament instrumentat pels poders dominants, les conseqüències són les mateixes: una situació de desigualtat, dependència i subordinació.

L'hegemonia de l'anglès mostra la desigualtat entre el centre i la perifèria, però també la reproduïx i la incrementa: els recursos materials i simbòlics es queden al món anglosaxó, en les seues institucions i universitats.

Tots aquests arguments són tan fal·laços i antiquats que no paga la pena perdre el temps refutant-los.

Però seria fàcil fer-ho.

IV

Hi ha diversos arguments a favor d'aquesta tendència idiomàtica, a favor de l'hegemonia de l'anglès, i seria fàcil demostrar que són vàlids i decisius.

Per exemple, s'argumenta, encertadament, que és inútil resistir el que és irresistible.

La «internacionalització» de la ciència en general i de les ciències socials en particular són forces mundials, que no es poden evitar, encara menys frenar, des de Montevideo.

Ens agrada o no, són una conseqüència natural de la «globalització».

L'anglès ha estat la llengua que millor ha servit per a aquest procés, tant en l'esfera acadèmica com en les esferes de la tecnologia, la informació i Internet.

Un altre argument és que ara podem aprendre dels treballs dels científics xinesos, iranians i alemanys.

Podem llegir investigacions sobre les realitats polítiques, socials i econòmiques d'aquests països.

Si escrivien en mandarí, persa i alemany, no entendríem un borrall.

I fins i tot podem col·laborar amb ells.

Fer investigacions i escriure articles junts; anar a les seues conferències.

I això, al seu torn, fomenta els valors acadèmics més importants: la «productivitat», la «interdisciplinarietat» i fins i tot la «reproductibilitat».

Lluny de reproduir les desigualtats epistèmiques i incrementar-les, l'anglès ha permès que les idees hi circulen lliurement, en un camp o mercat mundial.

En aquest mercat mundial les millors idees, arguments i investigacions científiques triomfen, sense importar de quin país provenen.

V

Tenint en compte que és clar qui té la raó, em permet fer una modesta proposició o proposta per a les ciències socials orientals, que riu-te'n de Jonathan Swift.

Comprén quatre àrees.

Primer: propose que les instàncies avaluadores de la investigació científica a l'Uruguai, així com els concursos, les beques i els premis, no tinguin mai més en compte les publicacions en espanyol.

D'ara endavant, únicament es consideraran els articles en revistes concebudes en llengua anglesa.

VI

Segon: propose que les revistes uruguaianes (com *Revista Uruguaya de Ciencia Política*; *Revista de Ciencias Sociales*; *Cuadernos del CLAEH*; *Revista Uruguaya de Historia Económica*, o *Psicología, Conocimiento y Sociedad*), que ja tradueixen els títols i resums dels seus articles, comencen a publicar-se íntegrament en anglès.

Cal, també, adaptar-ne els títols als nous temps: *Uruguayan Political Science Review (UPSR)*, *Notebooks of CLAEH*, i així totes.

Em diran que algun autor pot no haver tingut la sort d'estudiar la llengua anglesa des de la infància, de manera que no ha arribat a dominar-la perfectament (o pitjor, pot haver perdut el temps estudiant francès, italià o llatí).

Cap problema: n'hi ha prou amb fer servir el traductor de Google.

VII

Tercer: propose que a les universitats uruguaianes tots els cursos es dicten en anglès, i que les bibliografies siguin exclusivament en anglès.

Em diran que la majoria dels treballs sobre societat, política i història uruguaianes mai s'han traduït a l'anglès.

Com es faria per estudiar *Batlle, los estancieros y el Imperio Británico; Uruguay, ¿una sociedad amortiguadora?; Lógica viva, o Etapas de la inteligencia uruguaya?*

Cap problema: n'hi ha prou amb fer servir el traductor de Google.

Em diran, llavors, que el traductor de Google ignora els aspectes estilístics i estètics de l'escriptura.

Que molts científics socials també els ignoren, ja que dedicar-s'hi repercutiria en una productivitat menor. (Les revistes són estilísticament més seques que la moixama i més avorrides que una ostra.)

Que molts articles en les revistes «internacionals» no estan escrits en anglès, sinó més aviat en una mena d'«anglès» (Shakespeare, Jane Austen, Borges i Goffman es remouen a les tombes).

Hi responc que qui vulga textos bells, elegants, creatius, ben cuidats, estèticament interessants no hauria de cercar-los en les ciències socials, ni en anglès ni en espanyol ni en persa.

Per a això hi ha la literatura.

VIII

Quart: propose que aquest blog (!), *Razones y Personas*, es comence a escriure en anglès.

D'aquesta manera assoliria la «visibilitat» que mereix i que l'espanyol li impedeix assolir.

Sens dubte, el seu trànsit i la seua anàlisi web millorarien, l'algoritme de Google el mostraria abans en els seus resultats de cerca i pujaria en el rànquing mundial de blogs.

A més, l'esperit anglosaxó d'aquest blog es nota ja en el nom amb què fou batejat: *Reasons and Persons* és un llibre del filòsof Derek Parfit, mort recentment. (cf. «Sobre este espacio»).

Long live *Reasons and Persons*!

IX

La meua modesta proposta comportaria innumerables beneficis.

Per exemple, les universitats prepararien millor els seus estudiants per a un mercat laboral global, en el qual dominar l'anglès és imprescindible.

I quina és la funció de les universitats sinó la de preparar els seus estudiants per al mercat laboral?

Un altre benefici n'és el següent.

Les revistes de ciències socials anglosaxones i «internacionals» accepten molts pocs articles sobre l'Uruguai.

És molt més difícil publicar una investigació sobre la realitat uruguaiana que una sobre la realitat estatunidenca o britànica.

Es necessita una justificació metodològica i epistemològica especial: per què s'ha d'investigar el «cas» uruguaià?

Per tant, els científics socials orientals es troben en desavantatge.

Tenen menys possibilitats d'accedir al reconeixement, l'estatus i els béns simbòlics i materials que només les publicacions en anglès podrien atorgar-los.

Però si les revistes uruguaianes abandonaren l'espanyol i adoptaren l'anglès, el problema desapareixeria *ipso facto*.

Al cap i a la fi, «sobre allò de què no es pot parlar, hom ha de callar» (Wittgenstein, *Tractatus* 7)

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

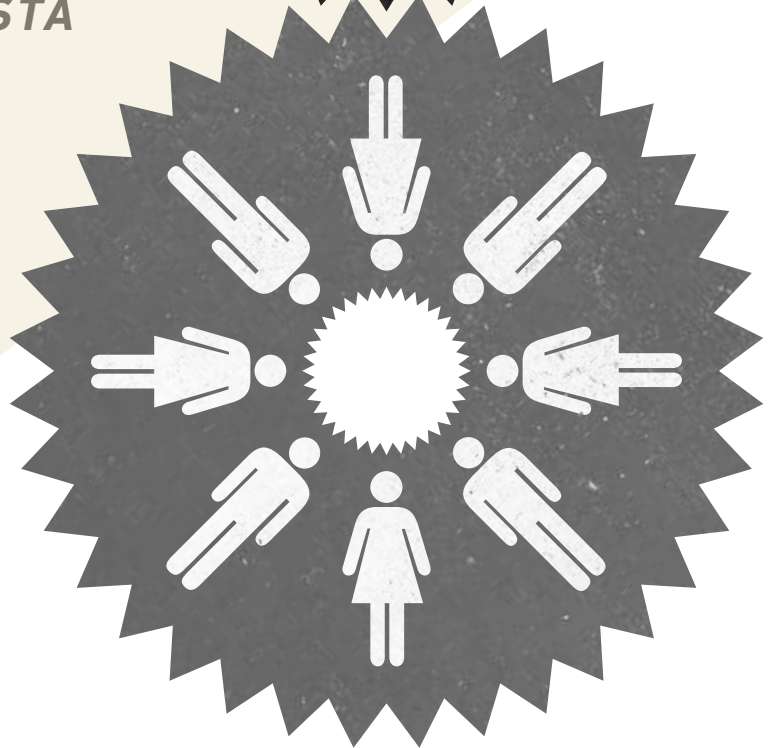
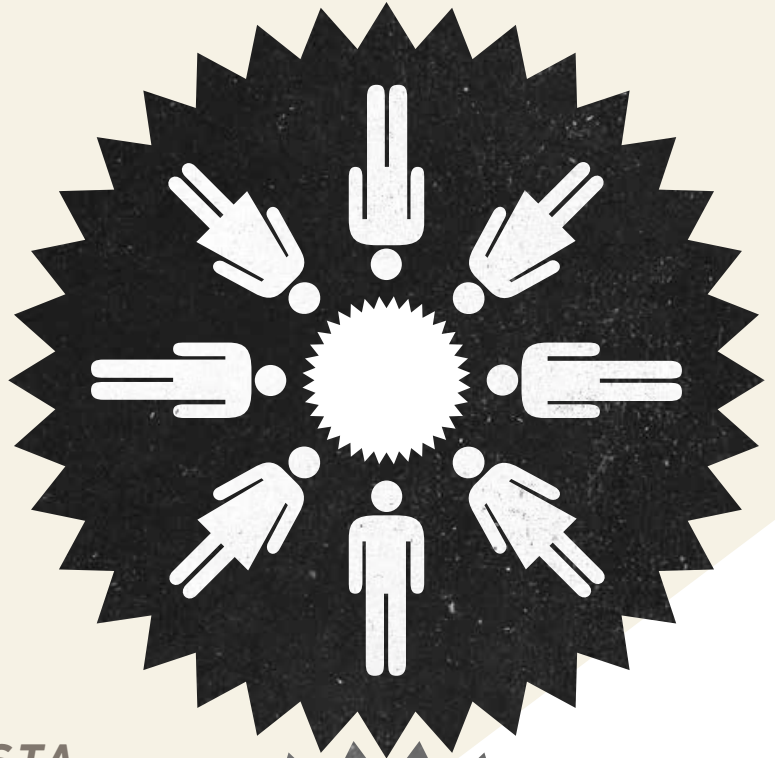
- Alatas, S. F. (2003). Academic Dependency and the Global Division of Labour in the Social Sciences. *Current Sociology*, 51, 599-613.
- Bourdieu, P. (2001). *Langage et pouvoir symbolique*. París: Seuil.
- Hagège, C. (2012). *Contre la pensée unique*. París: Odile Jacob.
- Keim, W. (2010). Pour un modèle centre-périphérie dans les sciences sociales. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 4, 570-598.
- Keim, W. (2008). *Vermessene Disziplin: Zum konterhegemonialen Potential afrikanischer und lateinamerikanischer Soziologien*. Bielefeld: Transcript.
- Phillipson, R. (1992). *Linguistic Imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- Rodríguez Medina, L. (2014). *Centers and Peripheries in Knowledge Production*. Nova York i Londres: Routledge.
- Swift, J. (1729). *A Modest Proposal for Preventing the Children of Poor People from Being a Burthen to their Parents, or the Country, and for Making them Beneficial to the Publick*. Dublín: Sarah Harding.
- Wittgenstein, L. (1921). Logisch-Philosophische Abhandlung. *Annalen der Naturphilosophie*, XIV(3/4), 185-262.

NOTA BIOGRÀFICA

Gabriel Abend és Professor of Sociology a la Universität Luzern (Suïssa) després d'una trajectòria vinculada, entre altres institucions, a la New York University. Entre les seues obres, destaca el llibre *The Moral Background: An Inquiry into the History of Business Ethics* (Princeton University Press, 2014).



ENTREVISTA



El malestar del gerencialisme: una entrevista amb Paul du Gay

Paul du Gay (Regne Unit, 1966) és catedràtic de Sociologia a la Copenhagen Business School, Dinamarca. Durant molts anys, va exercir a la Universitat Oberta britànica, on va escriure alguns dels seus llibres més importants, entre els quals destaquen *Consumption and Identity at Work*, *Cuestiones de identidad cultural* (editat amb Stuart Hall) i *En elogio de la burocracia*, que va publicar fa alguns anys Siglo XXI Editores i que va traduir Carlos J. Fernández Rodríguez, professor de Sociologia a la Universitat Autònoma de Madrid i responsable de l'organització d'aquesta entrevista. En aquesta conversa, Du Gay reflexiona sobre el fenomen del gerencialisme i l'extensió de les lògiques gerencials al món contemporani.

Carlos J. Fernández Rodríguez

La meua primera pregunta està relacionada amb el gerencialisme. Sé que ha estudiat diverses qüestions dins de la sociologia, però el gerencialisme és una de les seues inquietuds principals. El primer que m'agradaria preguntar és el següent: a què anomenem *gerencialisme*? Es podria dir que no és més que una manifestació del neoliberalisme? Com el definiria?

Bona pregunta. Sens dubte, des que aquesta qüestió va començar a considerar-se en l'àmbit de les ciències socials, els estudis corporatius, etc., com bé dius, el gerencialisme ha estat fonamentalment

vinculat a l'anàlisi del neoliberalisme. Tanmateix, supose que en realitat el que tenim són distintes orientacions o tendències, agrupades sota les etiquetes de *gerencialisme* i *neoliberalisme*. És evident que estem davant d'un intent que els serveis públics adopten els mecanismes del mercat, perquè es dona per fet que aquesta és la manera més efectiva de produir i prestar serveis públics. Això implica, d'una banda, la idea del neoliberalisme com a racionalitat política: pots dirigir un govern com si fora un negoci i, efectivament, el govern i l'Estat en ell mateix no són més que un tipus d'empresa. D'altra banda, el gerencialisme és la manera de fer funcionar aquest sistema. Crec que ambdues idees són lleugerament diferents. Si tornem a l'exemple dels serveis públics, la idea que aquests poden prestar-se de manera més eficient i eficaç si es gestionen com una empresa és molt anterior al desenvolupament del que avui coneixem com neoliberalisme. No són exactament el mateix. No obstant això, per a la gent i, per descomptat, en les ciències socials crítiques, ambdós termes estan completament connectats. I en la conjuntura actual no és del tot sorprenent que s'hagen convertit en objecte d'una crítica persistent.

Es pot considerar el gerencialisme un nou tipus de racionalitat?

Avui dia hi ha un debat a gran escala sobre si ens trobem davant de la fi de l'ordre liberal i la possible dissolució d'aquesta manera de pensar. Personalment, no crec que això siga molt probable. Tot i que som testimonis d'una crítica severa a aquestes racionalitats imperants, les lògiques gerencials estan molt arrelades en la manera de dirigir institucions i organitzacions. Per molt que es parle sobre els nous trastorns que generen, encara s'apliquen moltes formes d'organització pròpies de la gestió del rendiment, que comparteixen característiques a les quals no crec que es renuncie en un futur pròxim, a pesar del que estem presenciant en els últims temps.

Alguns motius possibles de l'auge del gerencialisme, quasi com a força política, van ser l'expansió de l'estat del benestar durant els seixanta i els setanta, així com la propagació de discursos que atacaven la gestió dels serveis i les empreses de titularitat pública i en criticaven la burocràcia, entre altres. Sembla que ha arribat un moment en què la gent sosté que no hi ha res que funcione i que les coses han de fer-se de diferent manera. Vosté, què n'opina?

Sí, sens dubte, a finals dels seixanta i durant els setanta van sorgir debats sobre la importància de la privatització i les crítiques cap a l'estat del benestar per haver-se tornat rígid, impossible de gestionar i econòmicament insostenible en la forma que havia adquirit. També hi va haver una onada de crítiques a la burocràcia, representada com escleròtica, conservadora i part activa en el retrocés del rendiment econòmic, entre altres. Òbviament, totes aquestes idees —que, per descomptat, van crear no poca controvèrsia en el seu dia— van ser la font del gerencialisme. D'una banda, hi ha la teoria de l'agència, literatura que dona suport a la privatització i, de l'altra, literatura sobre gestió convencional; i totes n'ofereixen solucions. Per tant, hi ha qüestions que són problematitzacions bastant comunes, bastant estàndards, i després, una sèrie de solucions. De fet, no s'ha evolucionat gaire des d'aleshores: una vegada comença l'ànec a caminar, sempre ho farà més o menys de la mateixa manera. Potser té un parell de plomes de colors noves aquí o allà, però, en realitat, la lògica fonamental continua essent la mateixa. I cada vegada desenvolupa una nova manera d'obertura: hi sorgeix un problema i, amb aquest, un espai per a una altra solució gerencial.

I aquestes solucions gerencials es van adoptar ràpidament en quasi tot arreu...

Sí. En certa manera això s'ha vinculat a l'auge de la nova dreta durant els setanta i principis dels vuitanta, les manifestacions simbòliques més populars de la qual van ser Thatcher i Reagan. Però

ràpidament, en qüestió d'una dècada més o menys —que no és gaire temps—, aquestes tècniques de gestió es van convertir en recursos acceptats per a regular tot tipus d'activitats, quasi amb independència de la ideologia política. Això es va posar de manifest a Austràlia, per exemple, sota el govern de Keating, un règim clarament laborista. I es pot dir el mateix del «Thatcherisme accelerat» de les institucions —com el va anomenar Stuart Hall—, durant el govern de Blair al Regne Unit, entre altres casos. Així, aquestes solucions es converteixen en una sort de mecanismes neutrals, un sentit comú acceptat, per dir-ho d'alguna manera. Agafes un conjunt genèric de principis de gestió aparentment universals i els apliques a qualsevol camp concret. Això, per descomptat, va provocar moltes inquietuds.

No obstant això, des del principi, sembla obvi que l'aplicació d'aquests principis es podia tornar problemàtica. Segons el seu llibre sobre la burocràcia (*En elogio de la burocràcia*), els diversos ordres de la vida segueixen lògiques i raonaments diferents

Exactament. Què ocorre amb l'objecte de les diferents institucions? Peter Drucker va dir una vegada: «L'objectiu d'introduir tècniques de gestió en una església era fer que s'assemblara més a una església, no a una empresa». I crec que aquest mateix problema sorgeix amb tot. Què vol dir intentar dirigir l'Administració Pública, com a institució del govern, com si fora una empresa, sense tenir-ne en compte el context i, especialment, el caràcter polític de l'Administració Pública? Aquesta és diferent de la política partidista, però també s'esdevé en els intersticis del partidisme polític, la llei, l'administració de l'Estat, etc. I si sotmetem tots aquests ordres diferents de la vida a una lògica de gestió, està clar que hi sorgiran problemes. Crec que n'hi ha hagut de clars i obvis en molts aspectes des del començament, però, per descomptat, no s'han abordat. Potser s'hauria d'haver adoptat un enfocament més contextual i equilibrat, pensant en la millor manera d'organitzar i dirigir una institució concreta, especialment si se sap quin n'és el «propòsit» exacte.

És una nota interessant. Està clar que no és gens fàcil identificar l'objecte de determinades institucions i, per tant, quina lògica cal seguir. I moltes es basen en una mena de lògica gerencial.

És el cas, per exemple, de les institucions on a hores d'ara treballem tu i jo: les universitats. No està gaire clar quin n'és exactament l'objecte en el context actual i es pot dir el mateix d'altres institucions. I quan les coses perden el propòsit que tenien, no hi ha cap dubte que poden acabar essent completament diferents d'allò per què es van constituir. Les estan instrumentalitzant certes forces polítiques que volen que prenguen una direcció molt concreta: mentre que a una part de la dreta li agradaria que les universitats foren empreses privades autofinançades, d'altres —segurament més cap a l'esquerra— preferirien que aquestes institucions es democratitzaren i tornaren, com els correspon,



a l'esfera pública, etc. Crec que els qui defensem una solució a mitjan camí, entre els quals em trobe, volem veure unes institucions organitzades formalment, ben organitzades, i que en complisquen el propòsit; però el que és vital és que *complisquen el seu propòsit públic*, i que no es convertisquen en alguna cosa totalment distinta ni entren —per drames polítics incessants— en un estat de desorganització i de reforma constant i interminable. Les reformes a gran escala i les modificacions organitzatives reiterades creen una confusió enorme a qui treballa en les institucions, universitats incloses. Aquestes estan començant a desviar-se de l'objecte original i a dirigir-se cap a finalitats que no són del tot conseqüents, ni coherents ni clares. Per què s'han de publicar cinc articles generals en revistes de cinc estrelles únicament perquè és el que s'espera del treball? I això, sense cap noció de la importància que té que la investigació es duga a terme, ni de la rellevància d'aquesta respecte de qüestions d'interès o la integritat acadèmica. El gerencialisme, com l'hem denominat, té una funció molt definida en moltes d'aquestes institucions, que inclou canviar l'objecte de les institucions per convertir-les en quelcom que, en la meua opinió, no està del tot clar ni ben considerat entre els que treballen per a la institució esmentada, ni entre aquells als quals ha de servir, com ara el nostre alumnat.

Ara que comenta l'enorme confusió que sembla que hi ha respecte dels objectius de qui treballa a les universitats, em sorgeix una pregunta. Els discursos gerencials nous han confós els treballadors sobre el que s'espera d'ells. Segons vosté, quin impacte han tingut les idees del gerencialisme en la vida laboral, tant en el sector públic com en el privat?

És una pregunta interessant. Recorde que fa anys, quan Jacques Donzelot debatia sobre el que ara anomenariem els nous programes neoliberals de formació a França, es va sorprendre del grau d'inversió que s'havia fet en aquest model (l'adhesió de la gent a més autonomia, expressió, una certa creativitat individual, etc.), que, sens dubte, ha adoptat tot un sector d'analistes foucaultians, i quanta gent hi advocava. Crec que és molt interessant veure com aquest model concret, que està estretament vinculat al gerencialisme i sembla ser una part important del que anomenem neoliberalisme, genera una atracció tan forta. Des del meu punt de vista, el que pretenc és intentar obrir espais a formes alternatives de considerar-ne la relació. No en un sentit romàntic, sinó preguntant si aquest ideal d'autonomia i creativitat és realista i què passaria si la gent anara a treballar, fera el seu treball i tinguera una vida. En altres paraules, deixar a un costat la idea de «la vida com l'empresa d'un mateix». Sens dubte, en el context universitari, el nivell d'exigència que s'imposa als treballadors més joves pel que fa a la docència, la investigació, la gestió i l'administració diària és enorme. A més, poques vegades disposen dels recursos necessaris per a dur a terme les tasques que s'espera que facen. I, per descomptat, tots hem sentit parlar de la quantitat d'hores extra que treballen i no els paguen, només per poder mantenir-s'hi flotant i continuar funcionant. No crec que siga una manera sostenible, ni tan sols sensata, de dirigir res, però per algun motiu sembla que es reproduïx dia a dia, any rere any. Tinc la sensació que no pot durar gaire, però ja fa trenta anys que està en marxa i continua sense haver-hi senyals de desacceleració.

Aleshores, la tendència és la mateixa, tant en el sector públic com en el sector privat?

Sí, crec que sí. Considere que falta el que jo anomenaria realisme pel que fa a l'organització i a les organitzacions, a allò que caldria esperar de la gent i la vinculació d'aquesta al treball i a la l'organització. Sens dubte, alguns aspectes del discurs gerencial, sense oblidar les anomenades dimensions culturals —sobre el significat, etc.—, s'han esforçat per desvirtuar o excloure completament la idea d'un treball de nou a cinc on arribes, fas el teu treball, et paguen pel que fas i després te'n vas i fas altres coses.

Sens dubte, això es veu qüestionat per la idea que perquè una persona pugui expressar-se plenament no hi hauria d'haver límits, i no parlem només dels teus límits, que pugues arribar a ser el que vulgues, sinó dels límits, del que la teua empresa pot esperar de tu. Recorde un breu però gran article de Deleuze titulat «Postscriptum sobre les societats de control», en què afirma que aquest culturalisme sembla suggerir que les empreses tenen ànima, la qual cosa és una de les notícies més aterrades que podem imaginar.

En aquell moment, allò semblava la típica exageració d'un filòsof o culturalista, però crec que el fons de la qüestió era el següent: què es pot esperar de tu quan s'ha arribat a aquesta situació? Així doncs, és bastant terrorífic, i quan veig amics i els seus fills que, per motius diferents, fan tornos en Deliveroo, Uber o on siga, em pregunte quin futur a llarg termini els espera, tret que tinguen la possibilitat d'heretar béns familiars. Perquè no veig com podran mantenir una casa, criar els seus fills, etc. si han de complir exigències tan altes i en condicions que disten molt de ser estables o favorables.

Per tornar a la discussió pikettiana sobre desigualtat, oportunitats, etc., quan s'està desintegrant la possibilitat de moviment en l'escala social alhora que es perd l'objecte i es menyscaba una manera equilibrada i realista d'entendre les organitzacions en allò públic i allò privat, un es pregunta el següent: on anem? Com es mantindrà l'ordre social en el futur? Igualtat d'oportunitats? On? On està? Com es manifestarà? Com es crearà? On i com es reproduirà si aquest mateix tipus d'organitzacions i mecanismes en què hem confiat ja no es consideren justos, legítims ni funcionals? És fàcil deixar-se portar i plantejar situacions molt dramàtiques, però hi ha alguna cosa en la sensació generalitzada d'incertesa que es repeteix justament en la conjuntura actual i que crec que està totalment justificada. És a dir, que un país com la Gran Bretanya trenque tots els acords comercials amb l'UE és molt dramàtic i potser molt destructiu, i són coses que estan passant. I si en altres parts del món es va en la mateixa línia, crec que hom comença a preocupar-se sobre què és el que ens depara el futur i com de dur és per a molta gent.

Ha esmentat Deliveroo i, quan pense en aquest tipus d'empreses, no puc evitar pensar en la desigualtat creixent; i és curiós, perquè crec que la desigualtat no era una de les coses que prometia el gerencialisme. Diguem-ne que, segons el discurs gerencialista, les coses millorarien i tots prosperaríem. En canvi, avui dia hi ha una desigualtat gegantesca, especialment des de 2008. També sembla bastant clar que moltes d'aquestes empreses pretesament ben gestionades no ho estaven tant; és a dir, empreses inspirades en la filosofia gerencial que en determinat nivell no estaven tan ben dirigides. Al final, la desigualtat creixent en les organitzacions es veu en els salaris: els directius perceben emoluments altíssims a canvi de fer relativament poc. Què opina sobre aquesta creixent distància i sobre el fet que qui gestiona no ho estiga fent gaire bé?

És una pregunta excel·lent i, de nou, si hi distingim els diferents aspectes, veiem que hi ha moltes coses distintes que s'engloben dins del que conceptualment o ideològicament anomenem gerencialisme i de les seues tècniques o mecanismes. En termes de govern corporatiu, el creixement vertiginós entre els que més guanyen i els que menys és extraordinari i ells, sens dubte, poden al·legar que les idees basades en la teoria d'agència, com ara el valor per als accionistes, tenen efectes molt negatius en aquest sentit. A més, cal tenir en compte el declivi dels sindicats a molts països, a causa de les batalles ideològiques que hem presenciats durant els últims trenta anys i de la idea que en certa manera no tenen legitimitat en la configuració de com han de dirigir-se les empreses i la funció dels individus dins d'aquestes. Però tampoc no cal perdre de vista que, en els seixanta i els setanta, la militància d'esquerres criticava l'Estat i altres institucions socials tant com la dreta. Sempre m'ha semblat curiós

que la dreta i l'esquerra acaben coincidint ideològicament en determinades qüestions, la qual cosa podria ser el motiu pel qual molts antics trotskistes de l'esquerra britànica, per exemple, van acollir *En busca de la excel·lència* amb els braços oberts i van acabar sent serfs del gerencialisme en l'Administració Pública. És una coalició molt estranya, la de la gent que va acabar sent «gerencialista»: hi veies seguidors de Grateful Dead partint el pa amb seguidors de Friedrich Hayek i Milton Friedman. Crec que no ens hauria de sorprendre que el gerencialisme haja substituït una tradició més realista i, potser, més avorrida sobre com hom s'ha d'organitzar i gestionar amb sensatesa, de manera ni molt permissiva ni massa estricta, però en què hi havia un equilibri d'acord amb els interessos que es posen en joc en l'organització i quanta eficiència i eficàcia en cap esperar. Sens dubte, també hem de tenir en compte la finançarització, que en si mateixa és un aspecte del gerencialisme, tot i que no deixa de ser un element diferent, amb una lògica pròpia, que ha d'examinar-se en unes condicions molt específiques. Per a mi, en alguns moments, l'esquerra... En fi, si ens fixem en el que plantejava la iniciativa *National Performance Review*, de Clinton, i la literatura de l'estil del gran «esperit emprenedor», veiem que no varia gaire del que defensaven Thatcher i Reagan. I es pot dir el mateix de Blair: la Tercera Via es va vendre com una democràcia social amb eficiència neoliberal i, tot i això, la trajectòria gerencialista a penes va patir canvis. Pense que la manera més realista d'entendre la gestió i les organitzacions —els límits, l'objecte i la manera d'actuar en diferents contextos— ha quedat arrasada i, per això, trobem tanta gent que dirigeix organitzacions sense tenir cap tipus de coneixement ni experiència en el camp que gestionen i organitzen. Únicament els contracten perquè se'ls considera bons gestors, executius, etc., però no hi tenen experiència, ni entenen com funciona el negoci realment. I això es pot veure en tots els camps, sovint amb conseqüències bastant negatives.

Des de 2008, la forta crisi econòmica ha transformat el panorama i els governs han hagut de rescatar els sistemes bancaris, ni més ni menys, que de la fallida. Es fa inevitable preguntar-nos què ha aportat el gerencialisme a la societat i, pel que veiem, per què sembla que encara té tanta força

Crec que, efectivament, encara en té, com es pot veure en el poder dels sistemes de gestió del rendiment, en la manera de pensar que impera en l'administració d'empreses i, per descomptat, en el que va ocórrer en 2008, que, en la meua opinió, va ser el resultat predictable de molts dels factors que tot just hem esmentat. El títol del llibre de Colin Crouch, *La extraña no-muerte del neoliberalismo*, ho resumeix perfectament, i no ens hauria de sorprendre: en el seu moment, vam descobrir que l'Estat no estava tan buit com pensàvem quan va evitar la fallida per mitjà de mecanismes que semblaven completament insostenibles dins de la lògica neoliberal: nacionalitzar bancs, nacionalitzar indústries automobilístiques, etc. Sens dubte, es podria dir que s'està premiant el fracàs, però si no s'hagueren pres aquestes mesures, com algú va dir «el dilluns no hauries pogut traure diners de cap caixer». Per tant, es tracta de triar entre allò dolent i allò pitjor, però sens dubte això va desembocar en una crisi de deute públic, en noves crítiques a l'Estat i en una altra onada de neoliberalisme que ha culminat en el moviment populista a què estem assistint, particularment als Estats Units i al Regne Unit posterior al Brexit.

Hi ha alternatives viables al gerencialisme?

Jo diria que sí que n'hi ha. No em referisc a les alternatives que proposen els Critical Management Studies, les idees dels quals són tan ridícules i fantasioses com les que critiquen i que, en alguns casos, fins i tot han contribuït a l'auge del populisme; sinó més aviat a una mena de realisme a l'hora d'examinar a fons i amb rapidesa com cal governar un país amb raonament pràctic i serietat ètica, per exemple. Tinc la sensació que el gerencialisme ha constituït un gran problema en aquest sentit.

No negue que siga pràctic en un nivell determinat, però no té en compte el context en què ha de funcionar. L'Administració Pública és una activitat política: no es pot separar política i administració en la gestió pública com pretenen els gerencialistes, sense crear més problemes dels que resols. És important educar la gent perquè estiga a l'altura de les exigències i l'objecte de les institucions a què pertanyen —siga l'exèrcit, les universitats, les administracions públiques o les empreses— d'una manera molt concreta: pràctica, però seriosa i responsable des del punt de vista ètic. Aquest no és el cas ni dels Critical Management Studies, ni del gerencialisme. El punt de vista a què faig referència ve d'una altra part, d'una història o de corrents de pensament que actualment són molt impopulars i a penes es lliguen —la postura i l'enfocament que emmarca la teoria de l'organització clàssica, per exemple, o el pensament modern sobre la funció, l'objecte i la conducta d'un Estat i d'aquelles persones que hi ocupen càrrecs de més o menys categoria—, però que considere que ofereixen un recordatori molt més clar que les coses podrien ser diferents i, potser, menys populistes, desiguals i incertes.



«Molts polítics exacerben la dominació simbòlica dels demandants d'ajudes amb el seu discurs»

Vincent Dubois és professor de Sociologia i Ciències Polítiques a l'Institut d'Estudis Polítics de la Universitat de Strasbourg i membre del laboratori SAGE, un grup de recerca sobre societat i governabilitat a Europa. També és l'autor d'*El burócrata y el pobre*, una recerca sobre les oficines de serveis socials franceses feta a *street-level* que, vint anys després de publicar-se, és una autèntica referència en la matèria.

Joan Canela

Fa 20 anys que vosté va escriure *El burócrata y el pobre*. Què ha canviat des de llavors?

Moltes coses i cap. Et podria donar les dues respostes i les dues serien veritat. Una gran part de la meua recerca és encara vigent. Per exemple, l'asimetria en la relació entre funcionaris i demandants, la violència simbòlica i la dominació de la institució, la necessitat social de ser escoltats o tenir consell dels demandants... Totes aquestes coses es mantenen igual que fa vint anys.

També hi ha hagut canvis importants, òbviament, i el més gran ha suposat un retrocés important. Quan vaig fer la recerca, totes les oficines de benestar social estaven totalment obertes. El demandant

accedia directament a l'escriptori del funcionari i aquesta n'era l'entrada principal a l'Administració. Per descomptat, podies telefonar-hi, enviar-hi cartes, etc.; però la majoria de la gent més pobra, amb més dificultats i menys formació, tenia la possibilitat d'explicar-se davant d'algú que els escoltava. Avui, amb les noves formes de gestió, s'han tancat moltes oficines de serveis socials, especialment aquelles que es trobaven en llocs remots o a les perifèries urbanes, justament on viu la gent que més les necessita. Ara només hi ha oficines als centres de les ciutats, on l'accés és molt més complicat i, a més, s'hi ha anat introduint una sèrie de mecanismes de selecció de les visites: la cita prèvia, les gestions en línia, l'agent de seguretat que quan arribes a l'oficina t'envia a un ordinador on has d'introduir les dades... Tot això comporta un gran canvi que, a primera vista, podria semblar positiu, perquè en millora el servei i el fa més barat, però per a la gent més exclosa comporta una sèrie de dificultats importants.

Així, a grans trets, podríem dir que la fotografia general es manté semblant a la de fa vint anys, però la distància —simbòlica, però distància al cap i a la fi— entre els usuaris i els buròcrates ha augmentat.



FOTO: Joan Canela

Durant tot aquest temps, diria que les condicions de dominació simbòlica de què parla en el llibre han empitjorat o han millorat?

És difícil respondre a aquesta pregunta de manera resumida. En general, podríem dir que són pitjors, ni que siga pels canvis en el discurs sobre política assistencial. Els mitjans de comunicació, la classe política, l'opinió pública en general han anat endurint sensiblement les postures en una culpabilització creixent. Ara es parla obertament de ganduls, de paràsits... És una situació que, almenys a l'Estat francès, va fer un gir a partir de l'any 2000, amb l'arribada a la presidència de [Nicolas] Sarkozy.

Naturalment aquests discursos provenen de dalt, però es van filtrant cap avall. Inclús en una societat de classes, la gent comparteix un discurs; per tant, avui dia, anar a l'oficina de serveis socials és més humiliant que fa vint anys, quan vaig fer la recerca. L'acadèmia angloamericana —on aquest discurs té més recorregut— parla fins i tot del *welfare stygma*. Doncs aquí, això ja existeix i és cada vegada més profund.

Aquests discursos han avançat de manera paral·lela a polítiques molt dures de retallades i desmantellament de les ajudes socials. Fins a quin punt poden arribar?

No ho sé, però no crec que puguin arribar a eliminar-se totalment. Se'n redueixen costos, es posen més obstacles per accedir als beneficis, se n'externalitza el servei a organitzacions caritatives... Coses així. Tanmateix, ara per ara crec que és impossible que desapareguen del tot. Les xifres oficials parlen d'un 10 % d'atur [a l'Estat francès], però en realitat són més altes. Hi ha un sector de la població creixent sota el llindar de pobresa i no pots deixar-lo sense cap tipus d'ajuda social. És inimaginable, entre altres coses pels riscos que suposaria.

Unes retallades que arriben al mateix temps que un increment de les demandes.

Sí, és paradoxal. A partir de la crisi de 2008 s'ha multiplicat l'atur i també la demanda d'ajudes. Moltes oficines van quedar desbordades, però això no va produir cap canvi en les polítiques de ni cap reforma en la gestió.

Aquests discursos antiajudes socials i les retallades que els segueixen es fonamenten, en part, en la idea que el sistema d'assistència no funciona. Una crítica que en certa manera vosté comparteix.

El tema no és tant la crítica als serveis socials sinó a les estructures socials on se sustenta l'administració d'assistència i al paper que hi juga.

Quines haurien de ser les reformes necessàries perquè funcionaren millor?

És una qüestió difícil i molt interessant. Però hi ha algunes coses senzilles que sí que es podrien implementar immediatament i amb un cost relativament barat. Per exemple, facilitar l'accés a les ajudes socials, ampliar els criteris per a accedir-hi, universalitzar aquestes ajudes, establir estàndards a escala internacional, fins i tot algun tipus de sistema d'ingressos universals... Jo crec que aquesta seria la via.

Justament el camí contrari a l'actual.

Sí, exactament el contrari. [Riu] Però és un punt interessant a debatre. Quan vaig fer el meu estudi és quan començaven a implementar-se les polítiques que tendien a eliminar la universalització de les prestacions per a dirigir-les a sectors concrets i lligar-les a certes condicions. Un procés paral·lel a una gestió més individualitzada, «cas per cas», menys col·lectiu i que no ha millorat l'eficiència de les polítiques socials.

Imagine que a l'Estat francès la situació és molt diferent, però si a mi em preguntaren per un canvi substancial en els sistemes d'assistència socials dels últims vint anys, el primer que em vindria al cap seria la gran arribada d'immigrants —molts dels quals són usuaris potencials d'aquests serveis—, que, en bona part, ha condicionat el debat sobre la qüestió.

Fa vint anys ja teníem un gran nombre d'immigrants a l'Estat francès, però això no té per què suposar cap condició per al debat sobre els serveis socials. Potser és més aviat als Estats Units, on gran part d'aquestes ajudes socials estan dirigides de manera expressa als afroamericans; el nostre sistema és totalment diferent, molt més universal. Amb tot, sí que és cert que el discurs polític i mediàtic ha creat la imatge dels immigrants com a beneficiaris privilegiats de les ajudes, però no crec que la qüestió migratòria supose un element de canvi substancial en el conjunt del sistema.



FOTO: Joan Canela

Tornant al tema de la dominació simbòlica dels serveis socials —un dels aspectes que he trobat més interessants de la tesi—, fins a quin punt aquest és un objectiu desitjat pel sistema o és una conseqüència inherent a altres causes?

En sociologia sempre és difícil veure una intenció explícita. La recerca no va de males persones que volen exercir una dominació o no. És estructural. És cert que a una microescala hi ha individus que exerceixen un poder i ho fan de diferent manera segons el seu caràcter, la seua consciència o d'altres aspectes. Hi ha gent que reflexiona, que té empatia i tracta de limitar —o autolimitar— aquesta dominació. Tanmateix, no tothom fa aquest treball i moltes vegades qui té menys poder és qui l'utilitza de manera més despòtica, potser perquè tampoc no és conscient que el té, ja que és difícil adonar-se'n quan penses que ets «l'últim de l'últim mico».

Com és possible canviar aquest model?

Cal actuar contra les estructures socials. Mira, posaré un exemple que potser és més fàcil d'entendre, ja que tots hi hem passat: el sistema escolar. Aquest també va sobre una dominació simbòlica, no? La relació entre mestres i alumnes, l'actitud dels primers i com es parla als segons, la distància que es marca entre ambdós... Són fets que amplien o redueixen la dominació simbòlica i que en les últimes dècades han evolucionat cap a una clara reducció. Tots aquests casos són equiparables als serveis socials i s'hi podrien prendre mesures similars. Per què no?

També hi influeix la desuniversalització del servei, ja que l'actitud —o la predisposició, en podríem dir— dels funcionaris canvia en certa manera quan desapareixen els demandants de classe mitjana, amb qui podrien sentir-se més identificats, i només queden aquells dels sectors més exclosos.

La pregunta següent és obligada: interessa fer-ho?

La línia majoritària no va en aquesta direcció, precisament perquè la idea és mantenir-ne el control. D'altra banda molts polítics exacerben aquesta dominació simbòlica amb el seu discurs. És el que s'anomena el racisme social. Quan [Emmanuel] Macron, president francès, diu que el sistema de benestar social costa molts diners a les famílies de classe mitjana i que manté una gent que no són res, aquest discurs esdevé la forma més dura de dominació simbòlica.

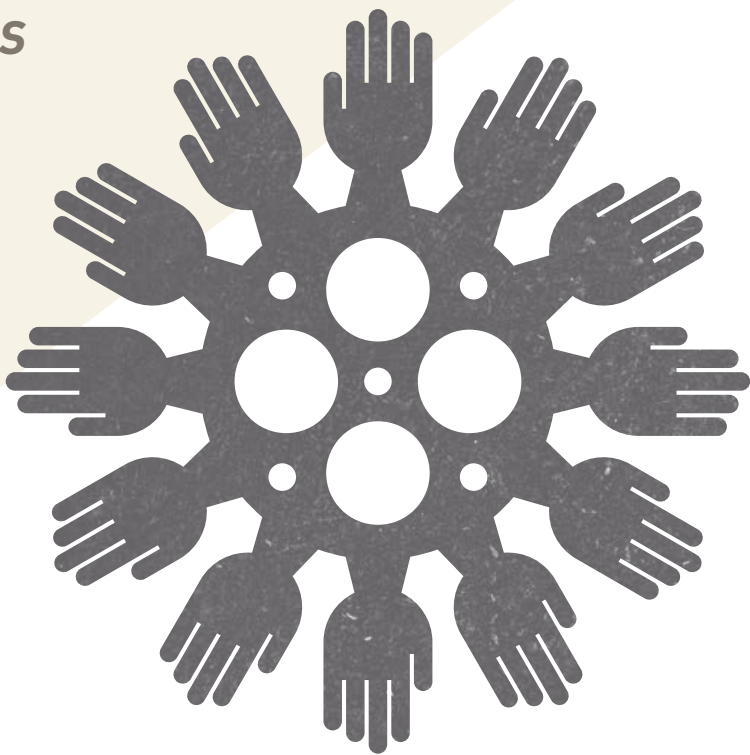
Si aquest és el discurs que s'emana des de les instàncies més altes de l'Estat, difícilment penses que hi ha una voluntat política de disminuir els mecanismes de dominació sinó al contrari. I ja he dit abans que no vull entrar en termes d'intenció, però el fet que aquests discursos siguin compartits des del cim de l'estructura genera una propensió a la resta de nivells.

En el llibre també descriu les estratègies i els mecanismes de qui demana ajudes per a subvertir o reduir aquesta dominació. Com funcionen?

La meua anàlisi és relacional, no es tracta d'un exercici unilateral del poder de dalt a baix sinó més aviat en línia amb les tesis de Michel Foucault. És una relació, sí, però si una de les parts de la relació no pot fer res, no té gens de poder; això és només coerció. Naturalment, però, els demandants no són només víctimes passives, tenen algunes tàctiques, determinats tipus d'habilitats, experiències... fins i tot quan els veus davant de l'escriptori molt atents, dient que sí a tot i extremadament educats —la qual cosa seria fàcilment interpretable com a signe de dominació—. Tanmateix, quan els entrevistes t'adones que és una tàctica, una fórmula per a accedir més ràpidament a millors ajudes. En alguns casos, els senyals externs de dominació van més enllà del que aparenten.



ARTICLES



La transició emocional en els moviments socials. El cas de la PAH

Ferran Giménez Azagra

UNIVERSITAT DE BARCELONA

ferran21_2001@yahoo.com

ORCID: 0000-0002-1163-0986

Rebut: 25/06/2018

Acceptat: 07/01/2019

RESUM

Des de l'assumpció de la societat neoliberal com a projecte polític, de subjectivitat i d'afectivitat, trobem alguns moviments que, sorgits en contextos específics de precarització social, desenvolupen processos de transició emocional per tal de combatre el control social exercit per la gestió de l'afectivitat, vinculat al maneig diferencial de les desigualtats.

Així, apareixen espais d'afectivitat que possibiliten aquesta transformació emocional que alhora permet bastir la pròpia acció col·lectiva. Aquests espais, per tal que siguin efectius, s'han de configurar com a cadenes de rituals d'interacció, els quals fan servir el canvi emocional com a base del canvi social.

El present article s'edifica des de l'anàlisi documental i l'estudi etnogràfic desenvolupats entre 2013 i 2018 en diverses assemblees i accions de la Plataforma d'Afectats per la Hipoteca (PAH), de diversos municipis de Catalunya. S'hi han emprat les tècniques de l'observació participant, grups de discussió i entrevistes en profunditat a activistes dels col·lectius.

Paraules clau: ritual d'interacció, acció col·lectiva, emocions, transició emocional.

ABSTRACT. *The Emotional Transition in Social Movements. The case of PAH.*

We find that some fractured societies, in grappling with Neo-Liberalism as a political project, embark on an emotional transition to win hearts and minds for new, fairer policies to tackle inequalities.

Thus, there are what one might term 'affective spaces' that facilitate this emotional transition, thereby allowing the building of collective action. For these spaces to work well, they must be configured as chains of interaction rituals, which use emotional change to drive social change.

This paper is based on a documental analysis and an ethnographic study carried out between 2013 and 2018 in several assemblies of and actions taken by the PAH (a platform for those affected by home foreclosure) in several Catalan municipalities. It was conducted by participatory observation, focus groups and in-depth interviews with activists.

Keywords: ritual of interaction, collective action, emotions, emotional transition.

SUMARI

Introducció

Cadenes de rituals d'interacció com a model de transició emocional

Nota metodològica i contextual

Emocions implicades en la transició

Fases de la transició emocional:

· Acumulació

· Acollida emocional

· Reparació emocional

· Activació contenciosa

Conclusions

Autor per a correspondència / Corresponding author: Ferran Giménez Azagra. Departament de Didàctica i Organització Educativa. Campus Mundet. Edifici Llevant, 2a planta. Passeig de la Vall d'Hebron, 171. 08035 Barcelona. Universitat de Barcelona. Barcelona (Espanya).

Suggeriment de citació / Suggested citation: Giménez Azagra, F. (2019). La transició emocional en els moviments socials. El cas de la PAH. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 131(1), 131-143. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.13>

INTRODUCCIÓ

L'atenció sociològica sobre les emocions ha anat acceptant-se i ampliant-se fins al punt que la sociologia de les emocions ha estat assumida plenament com a disciplina pròpia. En aplicar-la al camp dels moviments socials, han estat superades concepcions instintives relatives a la irracionalitat o la separació artificial d'emoció i raó (instrumental o substantiva) en la construcció de l'acció col·lectiva. En aquest sentit, Jasper (1997) va obrir camí en precisar la cognició, la moral i l'emoció com a elements analíticament separables.

Tanmateix, no hi ha encara una articulació teórico-metodològica suficient que habiliti models explicatius sobre com les emocions són utilitzades en els moviments socials per a generar processos d'acció col·lectiva. Per aquest motiu, la intenció aquí és perfilar l'existència de processos de transició emocional vinculats a espais d'afectivitat que, prenent forma de cadenes de rituals d'interacció, es constitueixen en la base generadora de la mobilització. Però, abans de desplegar la reflexió empírica i teòrica, cal acceptar una sèrie de premisses.

En primer lloc, cal definir els contextos de precarització social com una condició estructural de despossessió, relacionada amb una condició social de vida i treball sense seguretat ni predictibilitat, però, sobre els imperatius de «flexibilitat, disponibilitat, multilocalitat i mobilitat en el temps i l'espai» (Ricceri, 2011: 68). Aquesta realitat objectiva ha de situar-se sota el poder neoliberal. Aquest es presenta com a projecte polític i com a subjectivitat (Lazzarato, 2006). Així, la dominació s'emmarca sota fórmules de responsabilitat individual, d'obligació moral i de confiança per tal de garantir l'aquiescència dels indi-

vidus a aquesta realitat de despossessió. Es tracta d'imprimir afectivitat sobre el que no són sinó formes de gestió diferencial de les desigualtats, que són en darrer terme formes de control social (Lazzarato, 2006).

En segon lloc, cal assumir la concepció d'un subjecte dual, és a dir, un subjecte reflexiu i actor social que, en conseqüència, combina decisions i accions autònomes i crítiques amb d'altres configurades des de les particularitats de cada situació d'interacció social, d'acord amb determinades normes, codis i valors grupals o socials.

En tercer lloc, i com a conseqüència de l'anterior, cal acceptar que la contestació a tal afectivitat de dominació és també una tasca política que es desenvolupa en paral·lel a la producció d'una afectivitat alternativa. Així, la pràctica política i contenciosa requereix de l'emergència i la gestió d'emocions vitalitzants en el si del moviment social per tal d'aconseguir, no només un alliberament cognitiu, sinó també un d'afectiu.

CADENES DE RITUALS D'INTERACCIÓ COM A MODEL DE TRANSICIÓ EMOCIONAL

La proposta teòrica de Collins (2009) ens dibuixa una sociologia situacional en la qual el ritual és conceptualitzat com a «mecanisme que enfoca una emoció i una atenció conjuntes, i genera una realitat temporalment compartida» (Collins, 2009: 21). Es tracta d'una unitat temporal, una trobada «entre cossos humans carregats d'emocions i consciència per efecte de les cadenes de trobades viscudes anteriorment» (Collins, 2009: 18). Els subjectes, els actors, transiten d'aquesta manera per una realitat social concebuda com a mercat emocional en el qual

es desplacen entre diverses situacions d'interacció en funció de la seva càrrega d'energia emocional, i és, davant de tot, un procés corporal. El treball de l'actor és la recerca de rituals de la més gran intensitat emocional possible fins a dominar totes les arenes institucionals i no institucionals.

D'aquesta manera, les característiques que un ritual d'interacció (RI) ha de presentar són les següents: a) trobada física directa de dues o més persones, dins d'un mateix lloc, de manera que la seva presència els afecte recíprocament, estant o no presents en el primer pla de la seva atenció conscient; b) presència de barreres excloents que transmeten als participants la distinció entre qui participa i qui no; c) atenció compartida sobre un mateix objecte, que en comunicar-ho a l'altre, possibilita una consciència conjunta del seu focus comú, i d) experiència emocional, un estat anímic compartit pels participants (ibíd.: 72).

El procés, si funciona satisfactòriament i no esdevé forçat o fallit, com així succeeix en alguns rituals, cristal·litza aleshores en forma de consonància entre atenció i emocions compartides, i passa a ser una experiència emocional i cognitiva col·lectiva. De forma precisa, Collins descriu els efectes del ritual d'interacció: a) filiació, emoció social; b) energia emocional individual en forma de confiança, entusiasme i iniciativa per a l'acció; c) creació de símbols que representen el grup, ja siguin paraules, gestos o icones, i d) moralitat compartida, allò correcte és participar del grup, amb el respecte i la defensa dels seus símbols; la vulneració de la solidaritat grupal és reprovable (ibíd.: 73).

Aquest ritual encarna un model motivacional en el qual els cossos busquen cossos per tal de compartir moments d'efervescència col·lectiva, en un continu material-social líquid per la consonància emocional. L'energia emocional i col·lectiva generada per aquesta triple confluència corpòria, emocional i cognitiva-simbòlica és la que atorga al ritual el seu paper transformador, de canvi social, des del context d'allò microsòcial, de les interaccions cara a cara. Així, Collins (2009: 66) afirma: «L'experiència ritual

intensa crea objectes simbòlics nous i genera energies que impulsen els majors canvis socials. El RI és un mecanisme de canvi».

En aquest punt, cal preguntar-se quines són les emocions que participen en aquests rituals i de quina forma perfilen el camí de la transició emocional i, per tant, de la pròpia mobilització social.

NOTA METODOLÒGICA I CONTEXTUAL

L'anàlisi que aquí es presenta parteix d'una perspectiva socioconstruccionista de les emocions (McCarthy, 1994; Enciso i Lara, 2014), que defèn que les emocions existeixen perquè són construïdes socialment. Aquest procés de configuració es dona en tres nivells (Boiger i Mesquita, 2012), que són el de les interaccions moment a moment, el de les relacions i, englobant-ne tots dos, el del context sociocultural, entès com a marc que modela i limita els significats i les expressions consentides de les emocions, és a dir, les normes socials de l'emoció (Kemper, 1981). En aquest sentit es considera la situació (Miles i Huberman, 1984) com a unitat d'anàlisi en la qual les emocions són expressades a través de les pràctiques, el llenguatge i la interacció social. Aquestes situacions corresponen a l'assemblea i a les accions del repertori de protesta, definides com a esdeveniment (Dubet, 2010; Lazarato, 2006), és a dir, com a moment d'obertura a noves formes col·lectives de relació i d'interpretació de la realitat social, una reformulació de prioritats individuals i col·lectives. Finalment, les dades són analitzades des d'una perspectiva hermenèutica basada en la teoria fonamentada (Glaser i Strauss, 1967; Charmaz, 2006), com a forma d'«aproximació inductiva en la qual la immersió en les dades serveix com a punt de partida del desenvolupament d'una teoria sobre un fenomen» (Guillemette, 2006).

Aquest estudi de cas parteix d'una part del treball de camp efectuat en el marc d'una tesi doctoral entre 2013 i 2015. Posteriorment, però, aquest treball s'allargà fins l'any 2018. En total, s'utilitzen aquí un total de quinze entrevistes en profunditat a activistes

(onze dones, quatre homes) de cinc assemblees locals de la PAH (Barcelona, Girona, Badalona, Blanes i Sant Celoni) i un grup de discussió amb quatre activistes de la PAH Baix Montseny (Barcelona) i dos de la PAH Blanes (Girona). En relació a l'observació participant, s'hi dona una participació directa en múltiples assemblees de format divers (de coordinació, generals, de casos nous, de comissions de treball i comarcals). De la mateixa forma s'hi participa en accions de protesta com ara ocupacions bancàries, escarnis plàstics¹ a entitats bancàries, assenyalament de pisos buits, concentracions, manifestacions, fires socials alternatives i celebracions i trobades informals. Aquesta participació es desenvolupa de forma intermitent, amb alternança de períodes d'alta i baixa intensitat entre 2013 i 2018. L'etnografia es completa amb una anàlisi documental de material produït pels col·lectius, com ara manifestos, manuals d'acció col·lectiva, d'obra social i notes de premsa en les mateixes dates.

La justificació de l'elecció de la PAH rau essencialment en dues consideracions. La primera, encarna de forma significativa individus situats en un context de precarització dominat per la desposseïció del dret d'habitatge, de pèrdua de la seva llar. La segona, és l'evidència de la centralitat de les emocions en la construcció de la seva acció col·lectiva, constatada en la primera part del treball de camp (2013-2015). En aquest sentit, val a dir que allò que motiva el present escrit ve donat per alguns dels resultats de la tesi doctoral que, sota l'anàlisi del discurs (Conde, 2009), constaten translacions molt rellevants entre dos camps semàntics al voltant de dues posicions discursives, la de víctima-afectat i la d'afectat-activista, i que, entre d'altres, es nodreix d'una agència discursiva de caràcter emocional (Giménez, 2017). Des d'aquesta consideració s'edifica la hipòtesi de transició emocional del present treball.

D'altra banda, considero necessari aportar unes dades bàsiques al lector sobre el moviment social objecte d'estudi.

La Plataforma d'Afectats per la Hipoteca (PAH) és un moviment configurat a Barcelona en 2009, provinent de V de Vivenda i estès a tot l'Estat progressivament, que situa la seva finalitat en la defensa del dret a l'habitatge, si bé el gruix de les seves accions s'ha encaminat a la defensa de la propietat, concretament de persones que tenien i tenen problemes per a pagar la hipoteca del seu habitatge. En un procés de creixent complexització de l'organització, cada assemblea local manté una autonomia notable per decidir estratègies i accions en defensa del dret a l'habitatge dels seus membres. El fet que hagin produït un extens ventall de manuals (per dissenyar accions, per obra social, per negociar amb bancs, per aturar desnonaments, etc.) permet una gran democratització, és a dir, que a cada municipi el grup promotor pot desenvolupar una assemblea des de l'aprenentatge col·lectiu, sense respondre estrictament a criteris predeterminats per l'estructura superior de la PAH, sigui autonòmica o estatal.

Però, quina classe de gent acudeix a la PAH? En la seva immensa majoria, tret dels grups promotors, que acostumen a representar comunitats de memòria, militants o antics militants d'altres organitzacions polítiques i sindicals, les activistes són dones adultes, amb capital escolar i polític limitat, amb forta presència de dones migrades, en situació de precarietat laboral i que no han transitat anteriorment per camins de socialització política. Si bé és cert que hi ha homes que hi participen, en gran mesura la rellevància, els lideratges, les comissions i la intensitat en la participació corresponen, en general, a les dones.

EMOCIONS IMPLICADES EN LA TRANSICIÓ

Més enllà de la tipologia de les emocions presentada per Goodwin i Jasper (Goodwin et al., 2004; Jasper, 2006a), el que interessa aquí és la manera com aquestes es relacionen amb l'acció política, més

1 És una acció col·lectiva consistent a empaperar una sucursal amb cartells reivindicatius i enganxines, per fora i per dins, si és possible.

concretament, amb l'acció col·lectiva contenciosa. Lluny d'una concepció reactiva quasi automàtica de les emocions, però també d'una certa consciència reflexiva excessivament deliberada, les emocions constitueixen una forma de tractament de la informació, potser més ràpida que la de la nostra ment conscient (Leventhal i Tomarken, 1986). Així, segons Nussbaum (2001: 23), «les emocions sempre impliquen la idea d'un objecte junt amb la idea de la seva prominència o importància; en aquest sentit, sempre involucren apreciació o avaluació». Les emocions tenen, doncs, una funció reguladora i estratificadora a l'hora de perseguir determinats objectius, la qual cosa les converteix en elements estratègics pel seu impacte en el desenvolupament de l'acció col·lectiva. Des d'aquest prisma, Jasper (2006b) proposa cinc objectius humans: reputació, vincle, sensualitat, impacte sobre el món i curiositat. Segons ell, els cinc objectius participen i es fan visibles en els moviments socials. Tanmateix, aquesta recerca se centra en les emocions associades a la reputació, el vincle i l'impacte sobre el món, atesa la seva presència rellevant en els processos de construcció de la mobilització, així identificades en el treball de camp.

La reputació, definida com «inquietud per l'honor degut, l'orgull i el reconeixement de la pròpia humanitat» (Honneth, 1995), es desenvolupa a través de la *bateria moral*² orgull-vergonya, com a resposta a processos de control afectiu que impliquen la por (Gould, 2001; 2003; 2009) i que constitueixen situacions d'amenaça a la concepció de dignitat humana de l'individu. Parlem, aleshores, de dues emocions morals, atès que impliquen un judici de valor sobre l'objecte al qual són atribuïdes. En segon lloc, el vincle, entès com a sentiment de pertinença, consciència de formar part d'un grup es fa palès mitjançant l'amor i l'entusiasme que, a més a més, aconsegueixen lleialtats afectives fonamentals per a la

participació i el manteniment en el temps de l'acció col·lectiva (Jasper, 1998; Polletta i Jasper, 2001; Flesher Fominaya, 2010). Finalment, l'impacte es relaciona amb les expectatives de l'acció, que són l'esperança, la confiança i, vinculades a aquestes emocions, la capacitat d'agència (Wood, 2003), entesa com el sentiment col·lectiu que la seva acció immediata tindrà èxit i que, a més, serà el mitjà de les accions futures, fins a aconseguir els objectius marcats. Cal recordar que les emocions poden ser activades per un joc de contraris, que és simplement un joc de suma zero: entusiasme/desinterès, esperança/desesperança, confiança/desconfiança.

El trànsit emocional que el subjecte realitza a través de la seva participació en el moviment social es perfila dins d'un marc temporal en quatre fases. Ara bé, cada trajectòria individual particularitza la intensitat i la durada de cadascuna d'aquestes fases, tot i que és possible que en algun cas no es completi aquesta transformació. Així doncs, hi ha una primera fase d'acumulació derivada de la situació de greuge i amenaça, una segona d'entrada al moviment que és alhora d'acollida emocional, una tercera fase referida a la reparació emocional i, finalment, una quarta d'activació contenciosa.

FASES DE LA TRANSICIÓ EMOCIONAL

Acumulació

Aquesta primera fase es desenvolupa fora del moviment social. L'individu es troba sotmès a la lògica de dominació neoliberal, sota la seva forma de subjectivitat i control afectiu vinculat a distintes posicions de precarietat i, per tant, de vulnerabilitat social (Lazzarato, 2006; Giménez, 2018).

Les activistes de la PAH es troben subjectes a processos d'execució hipotecària, és a dir, de pèrdua de l'habitatge en propietat, una situació viscuda com a fracàs vital, una amenaça al seu món de vida que projecta sobre l'actor social vergonya, culpa, responsabilitat i

2 Amb *bateria moral*, Jasper (2012) defineix una categoria consistent en la combinació de dues emocions oposades, el contrast i la tensió entre les quals incentiven l'individu cap a l'acció. La bateria més estudiada ha estat orgull-vergonya, a partir d'estudis de moviments de gais i lesbianes.

aïllament (Giménez, 2017). Com assenyalava GD1D1³: «Quan tu veus aquella persona que ve, que quan arriba amb un estat d'ànim pel terra, mig plorant, perduda, que no sap per on tirar». Es tracta d'un atac a la seva reputació com a objectiu vital, al seu honor, un atac viscut com una amenaça, com una pèrdua o com una discriminació. Una vulnerabilitat que encarna el trencament d'expectatives vitals, una negació contundent de l'autodeterminació del subjecte. La condició social de precarietat vital es relaciona, com s'ha comentat a l'inici, amb la necessitat de garantir el control social a través de l'acceptació i l'obediència interna dels subjectes envers la situació de desigualtat. Així, assistim a un cicle de mobilització en el qual moltes d'aquestes posicions socials s'autoorganitzen i lluiten contra la seva parcel·la de vulnerabilitat, ja que la condició de desposseïció va lligada a la condició de trampolí per a la resistència i l'emancipació (Schierup i Bak Jørgensen, 2016). Així doncs, trobem, per exemple, el sindicat de treballadores de la llar, Sindillar; el col·lectiu dels Iaioflautes; l'associació de cambres de pis, Las Kellys, o el Sindicat de Maners de Barcelona, per esmentar-ne alguns dels més actius en la lluita contra la precarietat. Aquests col·lectius encarnen igualment el trencament d'expectatives i un sentiment compartit d'atac a la seva dignitat com a ciutadans i éssers humans.

Per tant, parlem d'individus ancorats en posicions socials del precariat, amb un marcatge profund del projecte polític neoliberal, conseqüència de la gestió diferencial de les desigualtats desplegada pels dispositius econòmics i socials: l'estat del benestar i el salariat (Lazzarato, 2006). Aquestes posicions es defineixen, doncs, per la fragilitat, l'aïllament i la responsabilitat sobre l'individu, que és una lògica interna de dominació, que actua des de dins de cada subjecte projectant emocions negatives que el tenallen i el fan obedient.

Situats en aquest punt, què és el que provoca que un individu subjecte a emocions paralitzants decideixi

participar en un moviment social? Segons Dubet (2010), aquest salt es produeix quan l'individu, en tant que actor ètic, viu una experiència d'inadequació, una dissonància amb les lògiques de dominació que impedeixen el desenvolupament de la seva autonomia com a subjecte. Des de l'òptica emocional, però, es planteja la hipòtesi de la necessitat de reputació com a objectiu vital, és a dir, la irremeiable connexió entre la culpa i la vergonya amb l'orgull, en forma de bateria moral (Jasper, 2012), com a principal mecanisme d'incitació a la participació.

Un cop l'individu fa aquest pas d'acostar-se al moviment i de participar-hi, comença la següent fase.

Acollida emocional

Els primers contactes solen ser converses informals amb algun membre del col·lectiu, o fins i tot alguna trobada fortuïta amb algun acte públic o acció de protesta (concentració, ocupació, xerrada). Tanmateix, és l'arribada a l'assemblea, definida com a situació i com a esdeveniment, el lloc on els processos d'acollida emocional s'enceten i es desenvolupen més clarament. I és, per aquest motiu, on s'inicia el ritual d'interacció que permet la transformació emocional entre unes emocions inicials detractores i debilitants cap a unes altres vitalitzants i activadores de l'acció individual i col·lectiva. És a dir, el procés de construcció d'una agència emocional del moviment. Però, per què es pot dir que la forma ritual comença en l'assemblea?

En primer lloc, seguint els criteris marcats per Collins (2009), s'hi produeix la trobada física d'un grup de persones, en un mateix lloc, amb una atenció i una comunicació compartides sobre un mateix objecte: una situació de vulnerabilitat social en alguna de les seves formes (execució hipotecària, desnonament, residència irregular, atur cronificat). Són experiències intenses que remetent a elements nuclears de la vida de les persones i que, conseqüentment, generen una profunda resposta cognitiva i emocional en els individus que les pateixen. En paraules de PAH1:

Veiem molt important la rebuda, és a dir, que l'entrada... descobreixin, és a dir, treure'ls la

3 Vegeu els codis d'entrevistes i grup de discussió.

motxilla de càrrega, de culpa que porten, hi ha molta gent que se sent culpable, t'has endeutat, que es treguin la motxilla, tranquil·litzar, hi ha gent que ve totalment desfeta, tranquil·litzar, donar-li'ls una miqueta de força i que el col·lectiu, és a dir, no estan sols, el seu problema no és seu, ell no és dolent, és el sistema que ha provocat que ell o ella es trobi d'aquesta manera, per tant, treure't aquesta culpa, solucionem-ho, eh!

D'aquesta forma es facilita una major empatia, un sentiment quasi espontani de comunitat de patiments compartits entre els individus que participen en les assemblees, que dibuixa una frontera simbòlica entre qui és a l'interior de l'assemblea i qui és a l'exterior d'ella.

Al marge que la presència de tots els individus en l'assemblea esdevingui plenament conscient per a cadascun d'ells, aquesta consciència comuna sobre un mateix objecte cognitiu-simbòlic habilita una experiència emocional compartida, element fonamental per a generar energia emocional, que és la base del canvi. Parlem, per tant, de l'assemblea com una situació d'interacció ritual, un espai de copresència corporal i un esdeveniment en el qual es gesten i es desenvolupen processos simbòlics, culturals, cognitius i emocionals, que operen en la transformació col·lectiva sobre la base d'una experiència compartida.

En segon lloc, tal com s'ha esmentat anteriorment, l'èxit transformador del ritual rau en la seva capacitat de generar una energia emocional de tal intensitat que possibiliti moments d'efervescència col·lectiva, situacions catàrtiques de fusió d'allò corpori, material i social que deriven en un magma de consonància emocional. L'energia emocional i col·lectiva generada per la triple confluència corpòria, emocional i cognitiva-simbòlica és la que atorga al ritual el seu paper transformador. Així, l'entrada en l'assemblea és sobretot un moment de descàrrega emocional, és el moment en què l'individu s'enfronta públicament al seu jo sotmès, marcat per la dominació neoliberal, la vergonya i la culpa que amenacen el seu orgull de vida, la seva reputació humana. En les assemblees

de rebuda, la persona nouvinguda s'alça de la cadira, agafa el micròfon i explica el seu cas. És una explicació emocional, ni política ni estratègica. Narra les amenaces del banc per no pagar la hipoteca, de com li deien que li traurien els fills, la situació d'impotència per portar anys a l'atur o la indignitat de viure en una infravivenda⁴. Aquesta és una emoció compresa i compartida per la resta de participants, un moment de reconeixement col·lectiu, d'un dels nostres, d'un *compah*, però també d'una *kelly* o d'una *sindi*. Aleshores, la persona plora, s'entrebanca en les paraules, s'avergonyeix, resta en silenci uns instants i el grup l'aplaudeix, li crida: «Vamos, Ángeles!, Sí que es pot!, No estàs sola!» També algunes s'alcen i l'abracen, l'animen, l'acompanyen. Com assenyala en l'entrevista, PAH2, «és el valor que té l'assemblea, és l'empoderament, és una mica el *alcohólicos anónimos*, no?».

Aquesta primera situació d'interacció grupal sublima la materialitat dels cossos, dels objectes i de l'espai, així com les seves disposicions i expressivitats, i reconverteix tots aquests elements en una continuïtat d'energia emocional compartida, de consonància emocional, com ja s'ha assenyalat. L'acompanyament, la descàrrega i l'assossegament inauguren el camí en què la vergonya, la culpa, l'aïllament i la por, per l'amenaça sobre l'honor i la dignitat, transiten i muten cap als contraris emocionals.

Reparació emocional

Es tracta de la recuperació de la reputació malmesa, seguint el concepte de Honneth (1995). Aquesta reparació emocional es produeix a través del desenvolupament del vincle, un desplegament progressiu i una consolidació de la consciència de pertinença al grup, que és paral·lela a l'augment de la intensitat de la participació en el moviment. Aquest sentiment de pertinença, vinculat a l'adherència de determinades identitats col·lectives, amb morfologies variables, constitueix una «necessitat humana bàsica que involucra emocions d'amor (Berezin, 2001), orgull (Scheff,

⁴ Són diversos testimonis extrets de l'observació participant en assemblees de la PAH Gironès i la PAH Badalona en 2014.

1994), i entusiasme (Collins, 2009)». La importància radica en el fet que aquestes identitats i pertinences múltiples generen compromisos afectius de l'individu amb el grup, lleialtats afectives (Jasper, 1998; Polletta i Jasper, 2001), que facilitaran l'assumpció de pràctiques, finalitats i valors del col·lectiu com a propis de cada individu. És una interiorització del jo col·lectiu filtrada per la reflexivitat del subjecte, de tal forma que s'admeten diferents graus d'adhesió envers els elements centrals de la identitat col·lectiva, així com interpretacions particulars sobre aquests, compatibles, però no totalment coincidents, amb les del col·lectiu.

El vincle, la pertinença, la identitat col·lectiva i tot el seguit de continguts culturals, morals, emocionals i simbòlics que comporten són assimilats i reinterpretats pels individus a través de la immersió en els espais interns de trobada i participació dels activistes. Són espais comunitaris, estructures d'interacció (Tejerina, 2010) que configuren xarxes relacionals estables de confiança i suport mutu. És la vida quotidiana del moviment; l'assistència a les assemblees, a les comissions d'assessorament, els acompanyaments en les negociacions, les ocupacions, les *performances*, els tallers de formació, les celebracions per algun èxit aconseguit, la confecció de pancartes, les xerrades o un sopar d'aniversari. Es constitueix així un espai movimental on diferents situacions d'interacció es desenvolupen en forma de ritual, amb intensitats emocionals variables i amb una presència relativament normativitzada d'instruments simbòlics. Aquest contínuum permet a l'activista nouvingut interioritzar els elements que participen del ritual, la forma en què són distribuïts, l'impacte esperat i la finalitat. Cada fórmula expressiva-simbòlica, siguin silencis, consignes euforitzants, abraçades col·lectives o elements estètics (samarretes, disfresses, pancartes), té un lloc, un moment i una funció en el ritual. I cada ritual té les seves normes, construïdes col·lectivament.

En aquest procés de formació de les lleialtats afectives, hi apareix també la configuració d'emocions morals (Traïni, 2009), que consisteixen en sentiments

d'aprovació o desaprovació cap a determinades actituds i comportaments en el grup. Així, actuar en defensa de les finalitats, valors i símbols del grup és allò correcte, mentre que actuar en nom d'altres interessos egoïstes, contraris és sancionable per la moralitat grupal. Tal com assenyala l'activista PAH3, «el meu punt de vista, venen i en el moment que tenen el problema solucionat, “adiós muy buenas y si te he visto no me acuerdo”. Home, jo a vegades els hi dic, no em sembla bé». Aquesta projecció moral des de l'afectivitat comunitària, des de les emocions desenvolupades en el col·lectiu, és també un dels efectes del ritual d'interacció.

Jo dic que la PAH té el poder de convertir una víctima en un activista... i això és fantàstic, és fantàstic. A mi, jo parlo per mi... jo vaig arribar feta pols a les assemblees, allò sortia d'allà i no t'ho treies del cap... I als pocs dies, hòstia, sí que es pot (entrevista PAH4).

Potser han passat unes setmanes, probablement mesos, des que l'individu va arribar a la primera assemblea. La vergonya, la culpa i l'amenaça a la seva dignitat que sentia a l'inici han estat diluïdes a través de la participació en els rituals d'interacció als quals ha estat exposat i en els quals, amb distintes intensitats i freqüències, s'ha involucrat i ha participat activament. El subjecte es troba amb un repertori emocional d'amor, orgull i entusiasme, amb una lleialtat afectiva i moral cap al col·lectiu que el capacita per a l'acció política contenciosa.

Activació contenciosa

Aquesta darrera fase d'activació és evidentment política i deliberativa, de tal forma que l'objecte sobre el qual es projecten les emocions ja és totalment un altre. En la vida anterior a la participació en el moviment, les emocions actuaven sobre la ruptura de les expectatives vitals, generalment normativitzades, inoculades des del poder social, com s'ha assenyalat anteriorment (protegir la família, obtenir un salari digne, tenir una casa pròpia, accedir a un benestar material, etc). Tanmateix, un cop hem avançat en el procés ritual de transformació cognitiva i emocional, els objectes de les emocions són bàsicament dos. El

primer, el col·lectiu, els membres del grup que han participat de la seva reparació emocional, un objecte sobre el qual es projecten confiança, alegria, orgull (de pertinença) i lleialtat afectiva. El segon, l'agència, és a dir, la construcció cognitiva de la capacitat de revertir la situació d'amenaça viscuda sobre la seva reputació orgull i dignitat humana, per convertir-la en oportunitat de lluita. Així la iniciativa, l'esperança i l'entusiasme acompanyen les formes discursives, simbòliques, estratègiques i organitzatives dissenyades per a combatre la situació d'amenaça.

Aquestes emocions dominants, on jau també la indignació, estan lligades a una voluntat d'impacte, a una voluntat de canvi. El desig d'impacte (Jasper, 2012), de «produir un efecte sobre el món» és aquí un dels majors incentius a l'acció política del moviment. És, però, un impacte que incorpora al ritual un vessant pragmàtic i contingent: la manca de cobertura social sobre el problema de salut de la companya, l'impagament de salaris o la falta d'habitatge són assumits com a problemes propis del col·lectiu i és aquest qui li dona solució. Així s'introdueixen en les pràctiques del ritual i en el discurs els criteris d'eficàcia i eficiència. Discutir, valorar, lluitar, aconseguir, organitzar o solucionar són els verbs de la indignació i la iniciativa. No significa això que les abraçades, els plors o els aplaudiments, i en general els moments de catarsi, hagin desaparegut, en absolut, només que l'agència discursiva incorpora elements estratègics i pragmàtics per a generar acció contenciosa.

Vosté ha de vindre i empoderar-se, *luchar* per la seva casa, *luchar* pels seus drets, té que *luchar*... de que... té que defensar la seva vivenda. Si vosté no defensa la seva vivenda, jo no la puc defensar, jo no sé tu què vols de casa teva...»(entrevista PAH5).

De fet, quan la PAH fa obra social, és a dir, ocupa un bloc de pisos per oferir una solució d'habitatge a membres del col·lectiu, es desplega un ritual d'alliberament que inclou la rebuda a les famílies, el guarniment de l'edifici amb material expressiu del moviment, es realitzen parlaments de benvinguda i de denúncia, exhibició de símbols i càntics,

elements que escenifiquen efervescència col·lectiva i consonància emocional.

En aquest sentit, en les fases inicials, l'estímul del ritual, allò capaç de generar energia emocional col·lectiva, pivotava sobre la necessària acollida i reparació d'un individu amenaçat i avergonyit, que havia de ser rescatat. Segons un entrevistat, « el que avui o fa quinze dies estava plorant, se sentia culpable, es volia suïcidar i no sé què, d'aquí quinze dies està rient, està fent coses, està ajudant el del costat, que potser està en la mateixa situació» (entrevista PAH2).

Ara bé, també hi participen les petites victòries del moviment, com l'exemple de l'obra social o quan s'aconsegueix aturar un desnonament. Com comenta l'activista PAH6, «no hi ha cosa que generi més ganes de seguir lluitant que una victòria i la PAH ha tingut moltes petites victòries». Aquestes constitueixen una mesura d'impacte en termes instrumentals que ratifiquen el sentit de les pràctiques i finalitats del moviment, ja que atorguen plausibilitat i mesurabilitat als efectes del ritual d'interacció.

D'aquesta manera, el valor estratègic de les accions queda subsumit a la seva capacitat de generar consonància emocional, sentiment de filiació que asseguri l'actualització, la ratificació i la continuïtat dels rituals d'interacció, en les seves múltiples formes, en el si dels moviments.

Finalment, caldria reflexionar sobre una ulterior fase de transició emocional, que és l'extinció de les emocions que estan en la base de la producció de l'acció col·lectiva. El fet de no haver pogut entrevistar persones que ja no participen dels moviments constitueix una certa limitació per a interpretar aquest fenomen. Tanmateix, cal pensar que el procés d'esgotament emocional individual i l'abandonament activista no ha d'anar necessàriament lligat a la pèrdua d'efectivitat del ritual, que és el que aquí s'ha pretès demostrar, sinó a altres tipus de factors particulars que considero que resten fora d'aquesta anàlisi.

CONCLUSIONS

En primer lloc, cal fer esment del protagonisme del sexe femení en els processos de transformació emocional i política que s'han descrit. Des del perfil sociodemogràfic apuntat, que assenyalava un escàs capital escolar, social i polític, la hipòtesi és la de trajectòries de socialització patriarcal (tradicionals) en les quals la tinença d'habitatge en propietat, la maternitat i el matrimoni es defineixen com a fites de certificació de la participació en la vida adulta. Des d'aquí, es pot establir que es produeix un traspàs de tasques reproductives, de cura, des de l'àmbit domèstic a l'àmbit social i polític del moviment social. Com afirma Hochschild, per manca d'altres recursos, «les dones creen un recurs a partir dels sentiments» (Hochschild, 1983: 163), en part gràcies a les capacitats de gestió de les emocions que se'ls exigeix desenvolupar durant la seva socialització infantil de gènere (Jasper, 2012). Però, aquesta hipòtesi ha de ser matisada. Allò vertaderament rellevant és la capacitat de reformulació de capital emocional en capital polític i activista, de tal forma que les tasques de cura, reparació emocional, acompanyament, escolta mútua i suport són assumides i practicades per tot el col·lectiu, al marge del sexe. Les dones s'erigeixen així en subjecte promotor del canvi emancipador. Des d'aquesta perspectiva, la socialització de gènere esdevé un factor explicatiu significatiu sobre la forma en què els moviments socials fan servir l'afectivitat i les emocions com a recurs per a l'acció col·lectiva, que projecten significat polític, de responsabilitat col·lectiva, sobre les tasques de cura.

En segon lloc, alguns estudis sobre la relació entre les emocions i la construcció de l'acció col·lectiva assumeixen com a necessària la presència d'emocions vitalitzants en l'inici de la participació, bé en forma d'indignació, d'orgull, de frustració o com a sentiment d'injustícia. Però, sense menystenir el seu paper com a emocions catalitzadores de l'acció col·lectiva, el model d'anàlisi de la transició emocional ens indica que l'inici de la participació de l'individu s'ha de buscar en un moment emocional anterior. Aquest, situat en l'entrada al moviment, està definit per la

funció d'acollida, que inaugura la participació en el ritual i que s'explica, a més, per la fase d'acumulació prèvia. Així, les emocions presents aquí són, com ja s'ha dit, la vergonya, la culpa i l'amenaça sobre la pròpia dignitat.

D'altra banda, assumint que l'energia emocional col·lectiva està en la base dels processos transformadors, cal rebatre la noció de mercat emocional plantejada per Collins (2009). Així doncs, no es tracta tant d'oferir diversos rituals d'intensitats variables, sinó de garantir la presència de les condicions habilitants del ritual en un esdeveniment concret, com ara l'assemblea. Dit d'una altra forma, si s'admet que l'energia emocional és producte de les pròpies pràctiques dels subjectes en la situació d'interacció, aquests no en són consumidors sinó productors. Aquest canvi de rol de l'actor permet afirmar l'existència d'incentius simbòlics i emocionals que beneficien la continuïtat de la participació en el ritual. En aquest sentit, la continuïtat de l'esdeveniment, en les seves condicions (emocionals) d'interacció, possibilita completar la transició emocional en els termes apuntats. Les emocions projectades sobre el vincle i sobre l'impacte (entusiasme, lleialtat afectiva, esperança, iniciativa) es configuren així en els eixos vertebradors de la consonància emocional.

També cal assenyalar que, tot i que s'afirma que, efectivament, el ritual possibilita la creació de símbols nous, diferents o contraris als del poder social, el model no arriba a desenvolupar amb quines constriccions opera sobre la pròpia configuració del ritual. Igualment, s'hi troba a faltar l'especificació dels tipus d'emocions i la seva distribució en el ritual, una qüestió que pretén, d'alguna forma, pal·liar aquest article. Cal admetre, però, la idoneïtat del model de Collins (2009) a l'hora de determinar els elements necessaris que hi participen en el ritual d'interacció, des d'una perspectiva construccionista social i interaccionista simbòlica, com la que comparteix el present escrit.

Finalment, cal afirmar que, per a una major comprensió de l'impacte i del canvi social que són capaçs de

generar els moviments socials, és necessari aplicar una sociologia situacional, una anàlisi de les condicions simbòliques en les quals es desplega la interacció i les

pràctiques de la seva vida interna, de la intimitat dels moviments, atenant especialment a la potencialitat transformadora de les emocions.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Berezin, M. (2001). Emotions and Political Identity: Mobilizing Affection for the Polity. En J. Goodwin, J. Jasper i F. Poletta (ed.), *Passionate Politics* (83-98). Chicago: University of Chicago Press.
- Boiger, M. i Mesquita, B. (2012). The Construction of Emotions in Interactions, Relationships and Cultures. *Journal Emotion Review*, 4(3), 222- 229.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory*. Londres: Sage.
- Collins, R. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos.
- Conde, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: CIS.
- Dubet, F. (2010). *Sociología de la experiencia*. Madrid: CIS.
- Enciso, G. i Lara, A. (2014). Emociones y ciencias sociales en el siglo xx: La precuela del giro afectivo. *Revista Athenea Digital*, 14(1), 263-288.
- Flesher Fominaya, C. (2010). Creating Cohesion from Diversity: The Challenge of Collective Identity Formation in the Global Justice Movement, *Sociol. Inq.* 80, 377-404.
- Glaser, B. i Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago: Aldine Press.
- Giménez, F. (2017). *Movimientos sociales y construcción de subjetividades: Los casos de la PAH y de la CUP*. (Tesi doctoral, Universitat del País Basc, País Basc). Recuperat de <http://hdl.handle.net/10810/24086>
- Giménez, F. (2018). Desinstitucionalización de lo social y constitución del sujeto: El camino hacia la emancipación colectiva. En S. Martí, R. González, R. Gomà i P. Ibarra (ed.), *Movimientos sociales y derecho a la ciudad: Creadoras de democracia radical* (p. 261-274). Barcelona: Icària.
- Goodwin, J., Jasper, J. M. i Poletta, F. (2004). Emotional Dimensions of Social Movements. En D. A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi (ed.), *The Blackwell Companion to Social Movements* (p. 413-32). Malden: Blackwell.
- Gould, D. B. (2001). Rock the Boat, Don't Rock the Boat, Baby: Ambivalence and the Emergence of Militant AIDS Activism. En J. Goodwin, J. M. Jasper i F. Poletta (ed.), *Passionate Politics* (p. 135-57). Chicago: University of Chicago Press.
- Gould, D. B. (2003). Passionate political processes: bringing emotions back into the study of social movements. A J. Goodwin i J. M. Jasper (ed.), *Rethinking Social Movements* (p. 282-302). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Gould, D. B. (2009). *Moving Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Guillemette, F. (2006). L'approche de la Grounded Theory; pour innover? *Recherches qualitatives*, 26(1), 32-50.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Honneth, A. (1995). *The Struggle for Recognition*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jasper, J. M. (1997). *The Art of Moral Protest: Culture, Biography and Creativity in Social Movements*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jasper, J. M. (1998). The Emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions in and around Social Movements. *Soc. Forum*, 13, 397-424.
- Jasper, J. M. (2006a). Emotion and Motivation. En R. Goodin, i C. Tilly (ed.), *Oxford Handbook of Contextual Political Studies* (p. 157-71). Oxford: Oxford Univ. Press.
- Jasper, J. M. (2006b). *Getting Your Way*. Chicago: Univ. Chicago Press.
- Jasper, J. M. (2012). Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación. *Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*, 10, 48-68.

- Kemper, T. (1981). Social Constructionist and Positivist Approaches to the Sociology of Emotions. *American Journal of Sociology*, 87(2), 336-362.
- Lazzarato, M. (2006). *Políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Leventhal, H. i Tomarken, A. J. (1986). Emotion: Today's Problems. *Annu. Rev. Psychol.*, 37, 565-610.
- McCarthy, E. D. (1994). The Social Construction of Emotion: New Direction for Culture Theory. *Journal Social Perspectives of Emotions*, 2, 267-279.
- Miles, M. i Huberman, M. (1984). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Londres: Sage Publications.
- Nussbaum, M. C. (2001). *Upheavals of Thought*. Nova York: Cambridge University Press.
- Polletta, F. i Jasper, J. M. (2001). Collective Identity and Social Movements. *Annu. Rev. Sociol.*, 27, 283-305.
- Ricceri, M. (2011). Europe and Social Precarity Proactive Elements for System Interventions. En P. Hermann i S. Kalaycioglu (ed.), *Precarity. More than a Challenge of Social Security. Or: Cynicism of EU's Concept of Economic Freedom*. Bremen: Europäischer Hochschulverlag.
- Scheff, T. J. (1994). *Bloody Revenge: Emotions, Nationalism and War*. Boulder, CO: Westview.
- Schierup, C. U. i Bak Jørgensen, M. (ed.) (2016). *Politics of Precarity: Migrant Conditions, Struggles and Experiences*. Leiden & Boston (MA): Brill Academic Publishers .
- Tejerina, B. (2010). *La sociedad imaginada: Movimientos sociales y cambio cultural en España*. Madrid: Trotta.
- Traïni, C. (ed.) (2009). *Emotions. Mobilisation!* París: Presses Sciences Po.
- Wood, E. J. (2003). *Insurgent Collective Action and Civil War in El Salvador*. Nova York: Cambridge University Press.

CODIS D'ENTREVISTES I GRUP DE DISCUSSIÓ

Grup de discussió 1:

GD1D1: Dona activista-afectada*, 50-55 anys, sense trajectòria activista prèvia, promotora del PAH Baix Montseny (Barcelona).

Entrevistes:

PAH1: Dona activista-afectada, 35-40 anys, membre de l'assemblea local PAH Sant Celoni (Barcelona), sense trajectòria activista prèvia.

PAH2: Dona activista-afectada, 35-40 anys, promotora de l'assemblea local PAH Badalona, militància prèvia en PSUC (Partit Socialista Unificat de Catalunya) i associacions de veïns.

PAH3: Dona activista-no afectada, 45-50 anys, promotora de l'assemblea local PAH Badalona, militància prèvia en PSUC i ICV (Iniciativa per Catalunya-Verds).

PAH4: Dona activista-no afectada, 55-60 anys, promotora de l'assemblea PAH Gironès (Girona), militància prèvia en CCOO (sindicat Comissions Obreres).

PAH5: Dona activista-afectada, 55-60 anys, membre de l'assemblea PAH Gironès, sense trajectòria activista prèvia.

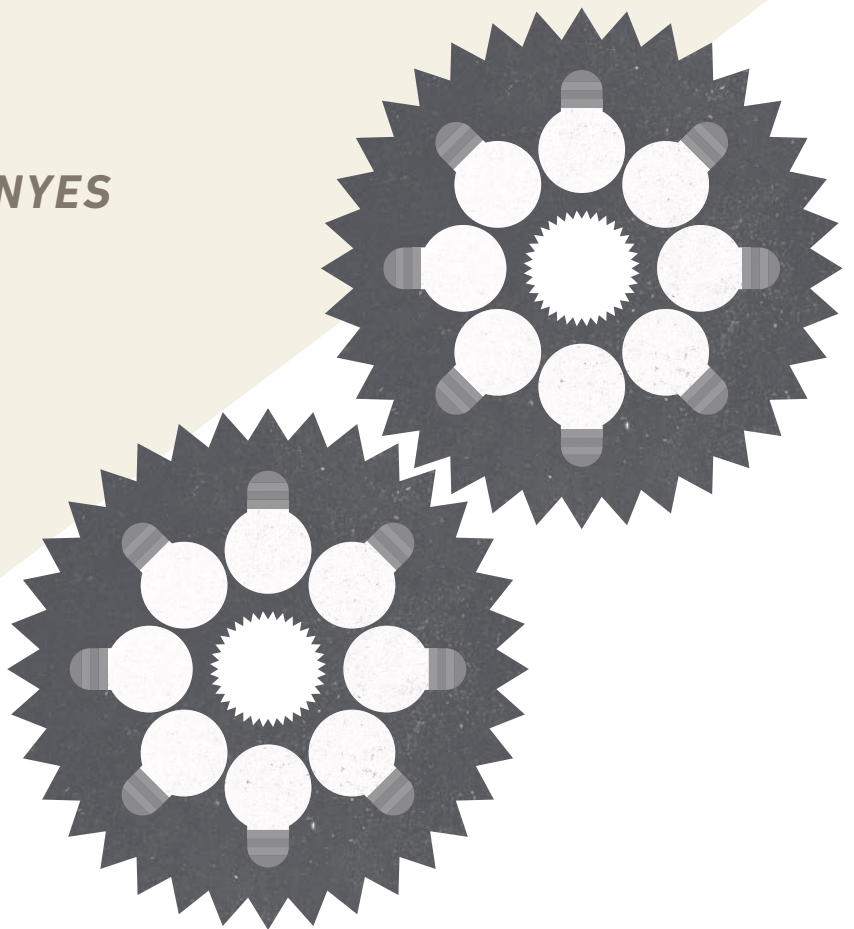
PAH6: Dona activista-afectada, 50-55 anys, sense trajectòria activista prèvia, membre del PAH Baix Montseny (Barcelona).

* Afectada per un procés d'execució hipotecària.

NOTA BIOGRÀFICA

Doctor en sociologia per la Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, UPV/EHU, actualment és professor de secundària a l'Institut Ribot i Serra de Sabadell, per l'especialitat d'Intervenció Sociocomunitària. També és professor associat de la Universitat de Barcelona en el Departament de Didàctica i Orientació Educativa. Les seves principals línies de recerca actuals són els processos de construcció social dels moviments socials: identitats col·lectives, marcs d'acció col·lectiva, subjectivitats i emocions.





CARVAJAL BAEZA, Rafael (comp.)

Estudios críticos de la organización: qué son y cuál es su utilidad

Universidad del Valle, 2013, 260 pàg.

Carlos Jesús Fernández Rodríguez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

carlos.fernandez@uam.es

Un dels espais geogràfics en què el corrent dels Critical Management Studies (CMS) ha tingut un impacte més significatiu ha estat, sens dubte, l'Amèrica Llatina, on s'han començat a consolidar escoles acadèmiques a diversos països al voltant de les escoles de negocis i les facultats d'empresarials que rebutgen la influència nord-americana (considerada *mainstream*, positivista i tecnocràtica) en els programes d'estudi de gestió i administració d'empreses. Un dels casos més cridaners és el colombià, on s'està consolidant una mena d'espai acadèmic bastant interessant que mira de desenvolupar una anàlisi crítica de les organitzacions en un context polític i social ple de desafiaments. Les anàlisis que qüestionen les tècniques gerencials contemporànies —l'objectiu de les quals seria el control i l'explotació de treballadors, ciutadania i recursos naturals, fet que conduiria a un gran patiment personal, organitzacional i social— han estat acollides amb entusiasme pels acadèmics de Colòmbia. Un dels grups més actius en aquesta tasca ha estat, sens dubte, el que han coordinat els professors Fernando Cruz Kronfly i William Rojas Rojas a la Universitat del Valle (Cali) que, des del principi d'aquest segle, ha editat nombrosos treballs en què es recull aquesta mirada crítica a l'espai organitzacional, així com els diversos problemes i malestars que té. Una de les últimes publicacions ha estat un llibre col·lectiu titulat *Estudios críticos de la*

organización: qué son y cuál es su utilidad, compilat pel professor Rafael Carvajal, de la mateixa universitat. El títol suggeridor d'aquest llibre evoca el moviment britànic de crítica postmoderna al *management* dels Alvesson, Knights, Willmott i altres. A aquest volum, hi dediquem el contingut d'aquesta ressenya.

El llibre té dotze capítols, precedits d'un pròleg —prolegomen— de l'editor del monogràfic, en què defineix els estudis crítics de l'organització (ECO) com una expressió crítica davant de la mercantilització percebuda de la universitat i la fallida de l'anomenat «projecte antropocèntric», la qual cosa ja anticipa el deute amb la filosofia que tindrà aquest paradigma teòric. El contingut de les diferents contribucions se centra en discussions diverses, que comprenen des de valoracions sobre l'«estat de l'art» en els ECO fins a reflexions de caràcter purament filosòfic, prescindint de referències a estudis de cas empírics. El primer capítol, signat per l'acadèmic mexicà Luis Montaña Hirose —un autor clàssic en el camp des dels seus treballs amb Ibarra Colado—, fa un repàs eficaç del desenvolupament dels estudis de l'organització i, en particular, de les perspectives crítiques, per a la qual cosa cita el Labour Process Theory o l'obra de Mats Alvesson com a referents importants. Montaña dedica part de la seua sòlida contribució a explicar el context

de consolidació d'aquestes mirades crítiques a Mèxic, on les anàlisis sobre la cultura i el poder són elements centrals per a l'emergència d'aquests ECO.

Des d'aquí, les contribucions tenen un caràcter fonamentalment metateòric i reivindiquen la filosofia com a arma de combat davant dels excessos de la gestió. El segon capítol, que signa Gilberto Cardozo, n'és molt diferent: hi emfatitza la importància dels estudis crítics i fa una crida a l'esperit de la Il·lustració per a superar els conflictes empresarials, però és difícil entendre la seua perspectiva com a realment crítica. La tercera contribució és un capítol llarguíssim signat per l'editor i compilador del llibre, l'argument del qual se centra a indicar que estem vivint una autèntica «crisi de la crítica». Aleshores, l'autor desenvolupa una disquisició extensa en què, després de fer referència a diferents fites de la història del pensament filosòfic, construeix un marc crític inspirat en Plató o Nietzsche per mitjà del qual llig autors clàssics de CMS. Carvajal fins i tot els entén com una crítica «estèril» i crida a reivindicar una altra mirada crítica, potser més ontològica. Per la seua part, Fernando Cruz Kronfly planteja una preciosa reflexió sobre la legitimitat dels estudis crítics de l'organització, que poden contribuir a proporcionar una recerca d'altres sentits i veritats més enllà de les científicotècniques. L'autor hi afig la importància que té per als estudiants estar exposats a mirades crítiques, la qual cosa en ocasions els pot suposar una autèntica revelació personal.

La qüestió de l'alumnat és important per a aquests acadèmics, tal com es mostra en les contribucions següents. El cinqué capítol, signat per Roberto Gutiérrez, discuteix el paper rellevant que en aquest paradigma dels ECO ha de tenir la pedagogia crítica i mira de transformar la metodologia de l'aula de manera que s'avance d'una monofonia a una polifonia, a partir d'exercicis de xoc que traguen l'alumnat de la passivitat. És difícil no estar d'acord amb aquests plantejaments. Així mateix, en el sisé capítol, Amparo Jiménez-Valencia reclama la recerca d'espais que permeten el diàleg entre aquestes anàlisis i les empreses, per mitjà, potser, d'estratègies d'educació i formació (tot i que no queda clar quin és el projecte final, potser un *management* més humà?).

En els capítols següents es discuteix com cal incorporar l'esperit crític als estudis administratius. Francisco López Gallego proposa una anàlisi crítica del *management* per mitjà d'una falsació popperiana, que posaria en evidència les debilitats dels estudis d'organització d'inspiració nord-americana; Pablo Múnera, al seu torn, proposa uns ECO amb un toc de pragmatisme; William Rojas, per la seua part, demana repensar una administració amb rostre humà, en forma d'un projecte educatiu que trenque amb el positivisme i s'acoste a l'home. En contribucions com la de Rojas és evident que sembla que hi ha una connexió més intensa amb l'espai intel·lectual europeu i particularment francòfon, on l'interès per qüestions com la inhumanitat en el treball o el patiment ha estat més gran que en l'espai anglosaxó, on la influència postestructuralista ha estat més rellevant. Finalment, les últimes contribucions del treball continuen criticant el paradigma hegemònic del *management* estatunidenc: Leonardo Solante indica les limitacions de la gestió científica del treball; Claudia Vélez, les del màrqueting (mercadeig), i Beatriz Uribe, en un text molt breu (només quatre pàgines), alaba la crítica com a virtut, si bé en el seu text és difícil dilucidar com definim *crítica* exactament.

Crec que una de les millors notícies que ens porta aquesta publicació és que s'està movent alguna cosa a Colòmbia, on està emergint una xarxa important amb un projecte ambiciós i interdisciplinari que pot aportar molt al pensament crític en el futur. En un país en què la violència i les polítiques neoliberals s'han desplegat sense fre, el fet que sorgisquen aquests projectes alternatius en l'espai acadèmic pot contribuir a la vertebració d'un canvi, com a mínim en les mirades empresarials als problemes d'empreses i de la mateixa societat. Aquest text no ha de ser la seua contribució definitiva, ja que estic convençut que vindran treballs més acabats: aquesta col·lecció és, potser, una mica desigual, amb grans diferències entre unes contribucions i altres en moltes dimensions, des de l'extensió (que oscil·la entre el capítol llarg del compilador i les quatre pàgines del penúltim capítol d'Uribe) fins a l'orientació de les distintes perspectives, incloent-hi algunes contribucions que no sé fins a quin

punt es podrien catalogar com a realment crítiques. El deute amb la filosofia és ampli i potser en ocasions s'hi troba a faltar algun treball de caire més empíric, més enllà de les referències a pedagogies crítiques. A pesar d'això, es tracta d'una compilació amb cert interès

(potser més des dels vessants ètics i culturals que des dels purament sociològics) i que té valor documental indubtable com a exemple de la mirada que, des d'un espai com el colombià, es construeix entorn de com orientar les anàlisis crítiques de les organitzacions.



DUBOIS, Vincent.

El burócrata y el pobre. Relación administrativa y tratamiento de la miseria

València, Institució Alfons el Magnànim, 2018, 324 pàg.

Borja Tomás Ripollés

UNIVERSITÉ DE BORDEAUX

btomas@u-bordeaux.fr

Publicat per primera vegada en 1999, a França, i traduït a l'espanyol per l'editorial Alfons el Magnànim en 2018, *El burócrata y el pobre. Relación administrativa y tratamiento de la miseria* proposa un estudi sobre el rol dels *street bureaucrats* en l'aplicació de les categories de l'estat i la influència que tenen sobre els usuaris dels cossos públics. Vincent Dubois, autor d'aquest clàssic en sociologia, és professor a l'Institut d'Estudis Polítics d'Estrasburg, a la Universitat d'Estrasburg i membre del laboratori SAGE. Traduïda també a l'anglès en 2010, aquesta obra s'ha convertit en un imprescindible per a comprendre la relació i les influències que hi ha entre els executors de l'Administració i els individus que hi recorren.

El llibre presenta les conclusions d'una investigació que es va dur a terme a dues oficines de la CAF (*Caisse d'Allocations Familiales*, organisme dependent de la seguretat social francesa encarregat d'atorgar ajudes econòmiques a particulars segons criteris familiars o socials) i que es divideix en dos temps: en primer lloc, es va fer una observació de les interaccions entre els funcionaris i els usuaris, i més tard es van entrevistar els recepcionistes dels centres.

Adoptant un enfocament particular, el *street-level bureaucracy*, l'autor mostra com s'executen les polítiques públiques directament sobre el terreny. Per a fer-ho, Dubois estudia els treballadors de la CAF per mitjà de

les seues funcions i de la regulació de les tensions amb els usuaris. Amb les aportacions sociològiques d'autors com ara Passeron o Bourdieu, Dubois aconsegueix revelar la dominació i les resistències que hi ha en aquest espai.

L'obra s'estructura en tres parts. En la primera, Vincent Dubois descriu les condicions socials de la relació administrativa entre els funcionaris i els usuaris, i en distingeix nivells de dominació simbòlica diferents segons les condicions materials dels últims.

La segona part estudia el «doble cos» dels funcionaris: el cos rígid que obeeix i representa les normes de l'Administració pública, i el cos humà, sensible i de vegades dèbil, que atorga concessions adaptant-se al perfil de l'usuari. La confrontació directa amb la misèria i amb les desigualtats provoca tensions en el funcionariat, que alterna entre aquests dos cossos per a adoptar una resposta administrativa correcta adaptada al tipus d'usuari alhora que intenta establir una separació entre la seua esfera privada i la professional.

La tercera i última part presenta una anàlisi de la gestió de l'ordre institucional. Segons Dubois, els imprevistos alteren el bon funcionament de l'organisme i mostren que els usuaris no interioritzen l'ordre institucional per complet. Lluny de ser submisos, aquests adopten conductes tàctiques amb l'objectiu de remarcar errors,

segons l'èxit dels recursos que puguen mobilitzar per a cridar l'atenció.

En definitiva, Vincent Dubois proposa l'estudi d'un centre gestor de la misèria emmarcat en l'era del *post-welfare*, en la qual hi ha menys drets socials que subsidis, com diu en la pàgina 17. L'originalitat del

seu enfocament, el rigor de l'estudi i el valor afegit de les conclusions mereixen l'atenció de tot aquell que vulga comprendre la deriva *workfare* de les societats europees, ja que, com ell mateix explica en la pàgina 18, les interaccions directes amb els *street bureaucrats* constitueixen engranatges essencials del govern individualitzat de les conductes.



Normes per als autors de *Debats. Revista de cultura, poder i societat*

Normes per a l'autor/a

Les persones que envien treballs per a publicar a *Debats. Revista de cultura, poder i societat* hauran de verificar prèviament que el text enviat s'ajusta a les normes següents:

S'acceptaran diferents tipus de treballs:

- **Articles:** seran treballs teòrics o empírics originals, complets i desenvolupats.
- **Punts de vista:** article de tipus assagístic en el qual es desenvolupa una mirada innovadora sobre un debat en el camp d'estudi de la revista o bé s'analitza una qüestió o un fenomen social o cultural d'actualitat.
- **Ressenyes:** crítiques de llibres.
- **Perfils:** entrevistes o glosses d'una figura intel·lectual d'especial rellevància.

Els treballs s'enviaran en OpenOffice Writer (.odt) o Microsoft Word (.doc) a través del lloc web de la revista. No s'acceptarà cap altre mitjà d'enviament ni es mantindrà correspondència sobre els originals no enviats a través del portal o en altres formats.

Els **elements no textuais** (taules, quadres, mapes, gràfics, il·lustracions, etc.) que continga el treball apareixeran inserits en el lloc del text que corresponga. A més, es lliuraran per separat com a arxiu addicional els gràfics editables en format OpenOffice Calc (.ods) o Microsoft Excel (.xls) i els mapes, il·lustracions o imatges en els formats .jpeg o .tif a 300 ppp. Tots estaran numerats i titulats, se n'especificarà la font al peu, si escau, i s'hi farà referència explícita en el text.

Els treballs enviats seran inèdits i no es podran sotmetre a la consideració d'altres revistes mentre es troben en procés d'avaluació a *Debats. Revista de cultura, poder i societat*. Excepcionalment, i per raons d'interés científic o de divulgació d'aportacions especialment notòries, l'Equip de redacció podrà decidir la publicació i traducció d'un text ja publicat.

Números monogràfics

A *Debats* hi ha la possibilitat de publicar números monogràfics. Aquesta secció també està oberta a propostes de la comunitat científica. L'acceptació d'un número monogràfic està condicionada per la presentació d'un projecte amb els objectius i la temàtica del número monogràfic, així com una relació detallada de les contribucions esperades o bé de la metodologia de la convocatòria de contribucions (*call for papers*). En el cas que el Consell de redacció accepti el projecte de monogràfic, el director del monogràfic gestionarà l'encàrrec i la recepció dels originals. Una vegada rebuts, els articles seran transmesos i avaluats per la revista. L'avaluació la faran experts i pel mètode amb cegament doble (*double blind*). Tots els treballs enviats a *Debats. Revista de cultura, poder i societat* s'avaluaran d'acord amb criteris d'estricta qualitat científica. Per a obtenir informació més detallada sobre el procés de coordinació i avaluació d'experts d'un número monogràfic, les persones interessades han de contactar amb l'equip editorial de *Debats*.

Llengües de la revista

Debats. Revista de cultura, poder i societat es publica en la versió en paper i digital en valencià-català i en castellà.

Els treballs enviats han d'estar escrits en valencià-català, castellà o anglès. En el cas que els articles siguin avaluats positivament pels revisors anònims i aprovats pel Consell de redacció, *Debats. Revista de cultura, poder i societat* es farà càrrec de la traducció al valencià-català i al castellà.

Els monogràfics es traduiran a l'anglès i anualment s'editarà un número en paper amb el contingut dels monogràfics publicats.

Format i extensió de la revista

Els articles i propostes de *Debats* aniran precedits d'un **full de coberta** en què s'especificarà la informació següent:

- Títol, en valencià-català o castellà, i en anglès.
- Nom de l'autor/a o dels autors/es.
- Filiació institucional: universitat o centre, departament, unitat o institut de recerca, ciutat i país.
- Adreça de correu electrònic. Tota la correspondència s'enviarà a aquesta adreça electrònica. En el cas d'articles d'autoria múltiple, s'haurà d'especificar la persona que mantindrà la correspondència amb la revista.
- Breu nota biogràfica (d'un màxim de 60 paraules) en què s'especifiquen les titulacions més altes obtingudes (i per quina universitat), la posició actual i les principals línies de recerca. *Debats. Revista de cultura, poder i societat* podrà publicar aquesta nota biogràfica com a complement de la informació dels articles.
- Identificació ORCID. En cas de no disposar-ne, *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, recomana als autors que es registren en <http://orcid.org/> per obtenir un número d'identificació ORCID.
- Agraïments: en el cas d'incloure'n, aniran després del resum i no tindran una extensió superior a les 250 paraules.

El text dels articles anirà precedit d'un **resum** d'una extensió màxima de 250 paraules (que exposarà clarament i concisament els objectius, la metodologia, els principals resultats i les conclusions del treball) i d'un màxim de 6 **paraules clau** (no incloses en el títol, i que hauran de ser termes acceptats internacionalment en les disciplines científicosocials i expressions habituals de classificació bibliomètrica). Si el text està escrit en valencià-català o en castellà, s'hi afegirà el resum (*abstract*) i les paraules clau (*keywords*) en anglès. Si el text està originalment escrit en anglès, l'Equip de redacció podrà traduir-ne el títol, el resum i les paraules clau al valencià-català i al castellà, en el cas que l'autor o autora no en proporcione la traducció.

El text dels articles s'haurà d'enviar anonimitzat: se suprimiran (sota el rètol d'**anonimitzat**) totes les citacions, agraïments, referències i altres al·lusions que poguessen permetre directament o indirectament la identificació de l'autor o autora. La redacció de *Debats. Revista de cultura, poder i societat* s'assegurarà que els textos compleixen aquesta condició. Si l'article és acceptat per a publicació, se n'enviarà la versió no anonimitzada a la revista, en cas que diferís de l'enviada prèviament.

Tret de casos excepcionals, els **articles** tindran una extensió entre 6.000 i 8.000 paraules, incloent-hi les notes al peu i excloent-ne el títol, els resums, les paraules clau, els gràfics, les taules i la bibliografia.

Els **punts de vista** constaran de textos d'una extensió aproximada de 3.000 paraules cadascun, incloent-hi les notes al peu i excloent-ne el títol, els resums, les paraules clau, els gràfics, les taules i la bibliografia. Un dels textos haurà de ser una presentació de l'aportació que siga objecte de discussió, realitzada per l'autor o autora o bé pel coordinador o coordinadora del debat.

Les **ressenyes** tindran una extensió màxima de 3.000 paraules. A l'inici, s'especificaran les dades següents de l'obra ressenyada: autor o autora, títol, lloc de publicació, editorial, any de publicació i nombre de pàgines. També s'hi haurà d'incloure el nom i els cognoms, la filiació institucional i l'adreça electrònica de l'autor o autora de la ressenya.

Les **entrevistes** o glosses d'una figura intel·lectual tindran una extensió màxima de 3.000 paraules. A l'inici, s'especificaran el lloc i la data de la realització de l'entrevista i el nom, els cognoms i la filiació institucional de la persona entrevistada o a la qual es dedica la glossa. També s'hi haurà d'incloure el nom i els cognoms, la filiació institucional i l'adreça electrònica de l'autor o autora de l'entrevista o la glossa.

El **format del text** haurà de respectar les normes següents:

- Tipus i mida de lletra: Times New Roman 12.
- Text a 1,5 espais, excepte les notes al peu, i justificat.
- Les notes aniran numerades consecutivament al peu de la pàgina corresponent i no al final del text. Es recomana reduir-ne l'ús al màxim i que aquest ús siga explicatiu (mai de citació bibliogràfica).
- Les pàgines aniran numerades al peu a partir de la pàgina del resum, començant pel número 1 (el full de coberta amb les dades de l'autor o autora no es numerarà).
- No se sagnarà l'inici dels paràgrafs.
- Totes les abreviatures estaran descrites la primera vegada que es mencionen.

Els diferents apartats del text no han d'anar numerats i s'escriuran tal com es descriu a continuació:

- **Negreta, espai dalt i baix**
- *Cursiva, espai dalt i baix*
- *Cursiva, espai dalt*. El text començaria en la mateixa línia, com en aquest exemple.

Les **citacions** hauran de respectar el model APA (American Psychological Association).

- Les citacions apareixeran en el cos del text i s'evitarà d'utilitzar notes al peu l'única funció de les quals siga bibliogràfica.
- Se citarà entre parèntesis, incloent-hi el cognom de l'autor o l'autora, l'any; per exemple, (Becker, 1984).
- Si en dues obres del mateix autor coincideix l'any, es distingiran amb lletres minúscules darrere de l'any; per exemple, (Bourdieu, 1989a).
- Si els autors són dos, se citaran els dos cognoms units per «i»: (Lapierre i Roueff, 2013); si són entre dos i cinc, se citarà el cognom de tots els autors la primera vegada que apareguen en el text; en les citacions subsegüents, però, se citarà únicament el primer autor seguit d'«et al.» (en lletra redona); per exemple, (Dean, Anderson, i Lovink, 2006: 130) en la primera citació, però (Dean et al., 2006: 130) en les citacions subsegüents. Si els autors són sis o més, se citarà sempre el cognom del primer autor seguit d'«et al.».
- Si s'inclouen dues o més referències dins dels mateixos parèntesis, se separaran amb punt i coma, per exemple: (Castells, 2009; Sassen, 1999). O d'un mateix autor: (Martínez, 2011; 2013).
- Les citacions literals aniran entre cometes i seguides de la referència corresponent entre parèntesis, que inclourà obligatòriament les pàgines citades; si sobrepassen les quatre línies, es transcriuran separadament del text principal, sense cometes, amb una sagnia més gran i una mida de lletra més petita.

La **llista completa de referències bibliogràfiques** se situarà al final del text, sota l'epígraf «Referències bibliogràfiques». Les referències es redactaran segons les normes següents:

- Només s'hi inclouran els treballs que hagen estat citats en el text.
- Caldrà incloure el DOI (Digital Object Identifier) de les referències que en tinguen (<http://www.doi.org/>)
- L'ordre serà alfabètic segons el cognom de l'autor o autora. En cas de diverses referències d'un mateix autor/a, s'ordenaran cronològicament segons l'any. Primer s'inclouran les referències de l'autor o

autora tot sol; en segon lloc, les obres compilades per l'autor o autora, i, en tercer lloc, les de l'autor o autora amb altres coautors o coautores.

- S'aplicarà sagnia francesa a totes les referències.

L'apartat de referències bibliogràfiques seguirà el model APA (American Psychological Association) segons el tipus de document citat:

■ **Llibres:**

- Un autor: Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres: Verso.
- Dos autors: Harvey, L., i Knight, P. T. (1996). *Transforming Higher Education*. Buckingham/Bristol: The Society for Research into Higher Education / Open University Press.
- Més de sis autors: Es faran constar en la referència els sis primers autors seguits d'«et al.».
- Obres compilades, editades o coordinades i amb diferents volums: Campo, S. del (ed.) (1993). *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, vol. II. Madrid: Fundación BBV.
- Referència a una edició que no siga la primera, la primera edició anirà entre claudàtors després de l'edició utilitzada Condorcet, N. (2005 [1793-1794]). *Esquisse d'un tableau historique des progrès de l'esprit humain*. Chicoutimi/Quebec: Les Classiques des Sciences Sociales.

■ **Article de revista:**

- Un autor: Hirsch, P. M. (1972). Processing fads and fashions: An organization-set analysis of cultural industry systems. *American Journal of Sociology*, 77(4), 639-659.
- Dos autors: Bielby, W. T., i Bielby, D. D. (1999). Organizational mediation of project-based labor markets: Talent agencies and the careers of screenwriters. *American Sociological Review*, 64(1), 64-85.
- Més de dos autors i menys de set: Dyson, E., Gilder, G., Keyworth, G., i Toffler, A. (1996). Cyberspace and the american dream: A magna carta for the knowledge age. *Information Society*, 12(3), 295-308.

- **Capítol d'un llibre:** DiMaggio, P. (1991). Social structure, institutions and cultural goods: The case of the United States. En P. Bourdieu, i J. Coleman (ed.), *Social theory for a changing society* (p. 133-166). Boulder: Westview Press.

En aquest punt cal incloure articles en llibres d'actes, en monogràfics, en manuals, etc.

■ **Referències d'Internet:**

- Documents en línia: Raymond, E. S. (1999). *Homesteading the noosphere*. Recuperat el 15 de gener de 2017 de <http://www.catb.org/~esr/writings/homesteading/homesteading/>
- Generalitat Valenciana (2017). Presència de la Comunitat Valenciana en FITUR 2017. Recuperat el 7 de març de 2017 de http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/va/contents/home/noticia/noticia_1484316939000.html
- Articles de revistes en línia: Ros, M. (2017). La «no-wash protest» i les vagues de fam de les presoneres republicanes d'Armagh (nord d'Irlanda). Una qüestió de gènere. *Papers*, 102(2), 373-393. Recuperat el 18 de març de 2017 de <http://papers.uab.cat/article/view/v102-n2-ros/2342-pdf-es>
- Articles de diaris en línia. Amb autor: Samuelson, R. J. (11 d'abril de 2017). Are living standards truly stagnant? *The Washington Post*. Recuperat el 12 d'abril de 2017 de https://www.washingtonpost.com/opinions/are-living-standards-truly-stagnant/2017/04/11/10a1313a-1ec7-11e7-ad74-3a742a6e93a7_story.html?utm_term=.89f90fff5ec4

- Sense autor: *La Veu del País Valencià* (11 d'abril de 2017). Els valencians són els ciutadans de l'Estat que més dies de treball necessiten per a pagar el deute públic. Recuperat el 12 d'abril de 2017 de <http://www.diarilaveu.com/noticia/72769/valencians-pagar-treball-deutepublic>

Es prega als autors o autores dels originals enviats que adaptin la bibliografia al model APA en tots aquells casos no exemplificats en aquest apartat. Els textos que no s'ajusten a aquest model seran retornats als autors o autores perquè hi facen els canvis oportuns.

Normes del procés de selecció i publicació

Debats. Revista de cultura, poder i societat publica treballs acadèmics de recerca teòrica i empírica rigorosa en els àmbits de les ciències socials i les humanitats en general. No obstant això, en alguns monogràfics es podran incorporar algunes aportacions d'altres disciplines afins a la temàtica de cultura, poder i societat, com la història, la ciència política i els estudis culturals.

L'avaluació serà encarregada a acadèmics experts i es desenvoluparà pel mètode amb cegament doble (*double blind*) en els articles de la secció de monogràfic anomenada «Quadern» i en els de miscel·lània d'articles de recerca. Tots els treballs d'aquestes seccions enviats a *Debats. Revista de cultura, poder i societat* s'avaluaran d'acord amb criteris d'estricta qualitat científica

Els errors de format i presentació, l'incompliment de les normes de la revista o la incorrecció ortogràfica i sintàctica podran ser motiu de rebuig del treball sense passar-lo a avaluació. Una vegada rebut un text que complisca tots els requisits formals, se'n confirmarà la recepció i començarà el procés d'avaluació.

En una primera fase, l'Equip de redacció efectuarà una revisió general de la qualitat i l'adequació temàtica del treball, i podrà rebutjar directament, sense passar a avaluació externa, aquells treballs amb una qualitat ostensiblement baixa o que no efectuen cap contribució als àmbits temàtics de la revista. Per a aquesta primera revisió, l'Equip de redacció podrà requerir l'assistència, en cas que ho considere necessari, dels membres del Consell de redacció o del Consell científic. Les propostes per a «Punts de vista» podran ser acceptades després de superar aquesta fase de filtre previ sense necessitat d'avaluació externa.

Els articles que superen aquest primer filtre s'enviaran a dos avaluadors externs, especialistes en la matèria o línia de recerca de què es tracte. En cas que les avaluacions siguin discrepants, o que per qualsevol altre motiu es considere necessari, l'Equip de redacció podrà enviar el text a un tercer avaluador o avaluadora.

Segons els informes dels avaluadors o avaluadores, l'Equip de redacció podrà prendre una de les decisions següents, que serà comunicada a l'autor o autora:

- Publicable en la versió actual (o amb lleugeres modificacions).
- Publicable després de revisar-lo. En aquest cas, la publicació quedarà condicionada a la realització per part de l'autor o autora de tots els canvis requerits per la redacció. El termini per a fer aquests canvis serà d'un mes i s'hi haurà d'adjuntar una breu memòria explicativa dels canvis introduïts i de com s'adeqüen als requeriments de l'Equip de redacció. Entre els canvis proposats, podrà haver-hi la conversió d'una proposta d'article en nota de recerca / nota bibliogràfica i viceversa.
- No publicable, però amb la possibilitat de reescriure i reenviar el treball. En aquest cas, el reenviament d'una versió nova no implicarà cap garantia de publicació, sinó que el procés d'avaluació tornarà a començar des de l'inici.
- No publicable.

En cas que un treball siga acceptat per a publicació, l'autor o autora haurà de revisar les proves d'impremta en el termini màxim de dues setmanes.

Debats. Revista de cultura, poder i societat publicarà anualment la llista de totes les persones que han fet avaluacions anònimes, així com també les estadístiques d'articles acceptats, revisats i rebutjats, i la durada mitjana del lapse entre la recepció d'un article i la comunicació de la decisió final a l'autor o autora.

Bones pràctiques, ètica en la publicació, detecció de plagi i frau científic

Debats. Revista de cultura, poder i societat es compromet a complir les bones pràctiques i les recomanacions d'ètica en les publicacions acadèmiques. S'entenen com a tals:

- Autoria: en el cas d'autoria múltiple s'haurà de reconèixer l'autoria de tots els autors o autores i qui figure com a responsable haurà de garantir que tots els autors o autores aproven les revisions i la versió final.
- Pràctiques de publicació: l'autor o autora haurà de notificar una publicació prèvia de l'article, incloent-hi les traduccions o bé els enviaments simultanis a altres revistes.
- Conflicte d'interessos: cal declarar el suport financer de la recerca i qualsevol vincle comercial, financer o personal que pugua afectar els resultats i les conclusions del treball. En aquests casos s'haurà d'acompanyar l'article d'una declaració en què consten aquestes circumstàncies.
- Procés de revisió: el Consell de redacció ha d'assegurar que els treballs d'investigació publicats han estat avaluats almenys per dos especialistes en la matèria, i que el procés de revisió ha estat just i imparcial. Per tant, ha d'assegurar la confidencialitat de la revisió en tot moment i la no-existència de conflictes d'interés dels revisors. El Consell de redacció haurà de basar les seues decisions en els informes raonats elaborats pels revisors.

La revista articularà mecanismes i controls per tal de detectar la comissió de plagis i fraus científics. S'entén per plagi:

- Presentar el treball alié com a propi.
- Adoptar paraules o idees d'altres autors sense el degut reconeixement.
- No emprar les cometes en una citació literal.
- Donar informació incorrecta sobre la veritable font d'una citació.
- Parafrasejar d'una font sense esmentar la font.
- Parafrasejar abusivament, fins i tot si s'esmenta la font.

Les pràctiques constitutives de frau científic són les següents:

- Fabricació, falsificació o omissió de dades i plagi.
- Publicació duplicada i autoplagi.
- Apropiació individual d'autoria col·lectiva
- Conflictes d'autoria.

Debats. Revista de cultura, poder i societat podrà fer públiques, en cas que les haja constatades, les males pràctiques científiques. En aquests casos, el Consell editorial es reserva el dret de desautoritzar aquells articles ja publicats en què es detecte una manca de fiabilitat posteriorment com a resultat tant d'errors involuntaris com de fraus o males pràctiques científiques, esmentats anteriorment. L'objectiu que guia la desautorització és corregir la producció científica ja publicada, assegurant-ne la integritat. El conflicte de duplicitat, causat per la publicació simultània d'un article en dues revistes, ha de ser resolt determinant la data de recepció de l'article en cadascuna. Si només una part de l'article conté algun error, aquest es pot rectificar posteriorment per mitjà d'una nota editorial o una fe d'errates. En

cas de conflicte, la revista sol·licitarà a l'autor o autors les explicacions i proves pertinents per a aclarir-lo, i prendrà una decisió final basada en aquestes.

La revista publicarà obligatòriament, en les versions impresa i electrònica, la notícia sobre la desautorització d'un determinat text, en la qual s'han d'esmentar les raons de la decisió per tal de distingir la mala pràctica de l'error involuntari. Així mateix, la revista notificarà la desautorització als responsables de la institució a la qual pertanga l'autor o autors de l'article. Com a pas previ a la desautorització definitiva d'un article, la revista podrà emetre una notícia d'irregularitat, aportant la informació necessària en els mateixos termes que en el cas d'una desautorització. La notícia d'irregularitat es mantindrà el temps mínim necessari, i conclourà amb la retirada o amb la desautorització formal de l'article.

Avís de drets d'autor

Sense perjudici del que disposa l'article 52 de la Llei 22/1987 d'11 de novembre de propietat intel·lectual, BOE del 17 de novembre de 1987, i segons aquest, les autores i els autors cedeixen a títol gratuït els seus drets d'edició, publicació, distribució i venda sobre l'article, per tal que siga publicat a *Debats. Revista de cultura, poder i societat*.

Debats. Revista de cultura, poder i societat es publica sota el sistema de llicències Creative Commons segons la modalitat «Reconeixement – NoComercial (by-nc): Es permet la generació d'obres derivades sempre que no se'n faça un ús comercial. Tampoc no es pot fer servir l'obra original amb finalitats comercials».

Així, quan l'autor o autora envia la seua col·laboració, accepta explícitament aquesta cessió de drets d'edició i de publicació. Igualment autoritza *Debats. Revista de cultura, poder i societat* a incloure el seu treball en un fascicle de la revista perquè es pugui distribuir i vendre.

Llista de verificació per a preparar trameses

Com a part del procés de la tramesa, els autors o autores han de verificar que compleixen totes les condicions següents:

1. L'article no s'ha publicat anteriorment ni s'ha presentat abans en cap altra revista (o s'ha enviat una explicació a «Comentaris per a l'editor o editora»).
2. El fitxer de la tramesa està en format de document editable d'OpenOffice (.odt), Microsoft Word (.doc).
3. S'han proporcionat els DOI de les referències sempre que ha sigut possible.
4. El text utilitza un interlineat d'1,5 espais, lletra de mida 12 punts; s'utilitza cursiva en comptes de subratllat. Pel que fa a totes les il·lustracions, figures i taules, es col·loquen al lloc corresponent del text i no al final.
5. El text compleix els requisits estilístics i bibliogràfics descrits en les instruccions als autors o autores.
6. Si es trameta a una avaluació per experts d'una secció de la revista, s'han de seguir les instruccions a fi d'assegurar una avaluació anònima.
7. L'autor o autora ha de complir les normes ètiques i de bones pràctiques de la revista, en coherència amb el document disponible a la pàgina web de la revista.

La tramesa s'ha d'enviar a: secretaria.debats@dival.es

En cas que no se segueixquen aquestes instruccions, les trameses es podran retornar als autors o autores.



BUTLLETA DE SUBSCRIPCIÓ

Nom i cognoms _____

Carrer _____ Ciutat _____ CP _____

Tel. _____ Adreça electrònica _____ Fax _____

Desitge subscriure'm per un any (dos números) a partir del proper número de *DEBATS. Revista de cultura, poder i societat*, mitjançant:

Transferència bancària a Bankia: 2077 0049 8631 0092 4708 – Código swift: cvalesv
DEBATS/DIPUTACIÓ VALÈNCIA

Domiciliació bancària:

Entitat bancària _____ Codi _____

Domicili sucursal _____ Codi _____

Número de compte _____

IBAN _____

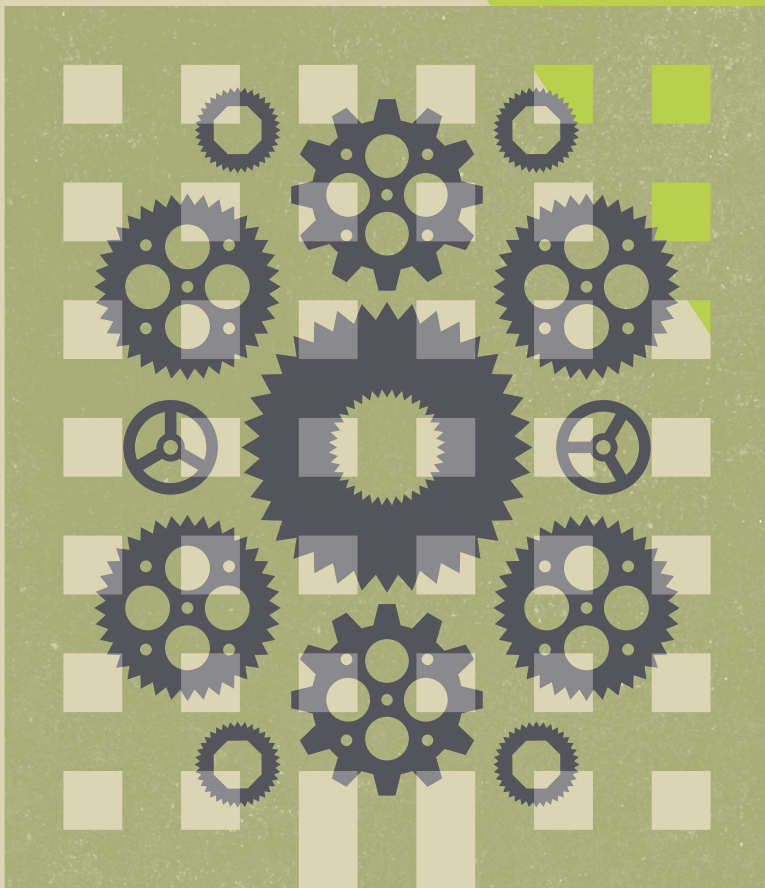
Data _____

Signatura

Per import de:
Espanya: 10 €; Europa: 14 €; resta de països: 15 €.
Preu per exemplar: 6 €.

Els exemplars endarrerits (llevat dels que estiguen exhaurits) se sol·licitaran a Sendra Marco, distribució d'edicions, SL / Carrer Taronja, 16. 46210 Picanya. Tel. 961 590 841 / sendra@sendramarco.com





institució
alfons el magnànim
centre valencià
d'estudis i d'investigació

DIPUTACIÓ DE
VALENCIA
Àrea de Cultura

ISSN: 0212-0585



9 770212 058502

6,00 €