

Instituto de Investigaciones Gino Germani

VI Jornadas de Jóvenes Investigadores

10, 11 y 12 de noviembre de 2011

Carolina Duer

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

caro_duer@hotmail.com

Eje 12: Producción, reproducción y cambio en la estructura social

La confianza como paradigma:

Análisis del ranking Great Place to Work Argentina (2007-2010)

[Presentación]

Siegfried Kracauer consideró que para determinar el lugar ocupado por una época en el proceso de la historia es más pertinente el análisis de algunas de sus expresiones superficiales al de aquellos juicios que la época hace sobre sí misma¹. A continuación, esta idea se considerará como premisa para desarrollar el análisis de las publicaciones de economía y negocios que entre 2007 y 2010 difundieron los resultados del ranking de “las mejores empresas para trabajar en la Argentina”. Lejos de querer analizar este conjunto de publicaciones —que configuran un área, subdisciplina o discurso dentro de la economía— en términos de su veracidad, el presente trabajo se propone reflexionar sobre el modo en que desde estos documentos, se construye y establece un horizonte de acción que se presenta como único. La tarea que aquí se emprende apunta a desenlazar la multiplicidad de enunciados estructurantes de una unidad que se esfuerza por ser admitida como natural. La estrategia adoptada pretende desentrañar las relaciones que se establecen, las prácticas que se instalan, las luchas que se niegan y los gestos que se expanden.

¹ Kracauer, S.: “El ornamento de la masa” en *La fotografía y otros ensayos. El ornamento de la masa I*; Dimensión Clásica TEORÍA SOCIAL ed.; Pág. 51.

Great place to Work, consultora internacional que elabora este ranking en la Argentina desde el año 2002, se presenta en su sitio web como una empresa dedicada “a construir una sociedad mejor ayudando a las empresas a transformar sus entornos de trabajo”². Junto a este enunciado, que bien podría describir la misión de una organización social de acción humanitaria, se reconoce casi con torpeza que el bienestar de los empleados y los esfuerzos por “conciliar las expectativas personales con los objetivos de la organización”³ operan como medio para un fin: el éxito (es decir, las ganancias) de las empresas. Los propios gerentes enfatizan con orgullo que el costo de los servicios de otorgamiento de beneficios a los empleados se paga con una mayor productividad.

En más de 30 países de Europa, Asia y América GPTW utiliza la misma metodología en la elaboración de las listas de las mejores empresas para trabajar. Para la confección de este ranking se realizan encuestas anónimas a los empleados en las que estos deben optar por códigos que van de “Casi siempre es falso” a “Casi siempre es verdad” para dar cuenta de su grado de acuerdo con una serie de afirmaciones, tales como: “Mi trabajo tiene un sentido especial: esto no es «solamente un empleo»”, “Cuando veo lo que logramos, me siento orgulloso”, “Siento que recibo una parte justa de las ganancias de esta organización”. Para el ranking más reciente, correspondiente al año 2010, las respuestas a esta encuesta fueron ponderadas con un 62%, mientras que un 5% correspondió a los comentarios de los empleados adicionales a la encuesta y el 33% restante surgió del análisis de las políticas de recursos humanos declaradas por las propias gerencias de las compañías. Cabe señalar que el presente ranking se realiza entre todas las empresas que deciden participar (casi en términos publicitarios, Luis Rivas, quien preside GPTW al publicarse el ranking 2009, aclara que participar en el ranking no tiene costo, pero sí lo tiene la devolución de resultados).

Junto al ranking, presentado con un criterio de verdad científica, se publican diversos artículos, entre ellos recuadros de opinión y entrevistas a quienes ocupan puestos gerenciales, cuyo análisis contribuye tanto a la sistematización de las principales acciones que realizan las empresas con el propósito de conciliar sus propios objetivos con los de los empleados, como a la reflexión acerca de las nuevas formas del capitalismo y el modo en que desde las empresas se pretende moldear el vínculo entre capital y trabajo.

² greatplacetowork.com.ar

³ “Las mejores empresas para trabajar en la Argentina”; Revista GESTIÓN, V.15 N.6, noviembre-diciembre 2010; Pág. 21.

[Marco conceptual]

Tomando como referencia la propuesta de Agamben, quien a su vez parte de las consideraciones epistemológicas foucaultianas, las presentes reflexiones estiman el ranking de las mejores empresas para trabajar como fenómeno histórico que puede ser pensado como paradigma en tanto constituye y torna inteligible “la totalidad de un contexto histórico-problemático más vasto”⁴. La primera aclaración necesaria es que no se está entendiendo por paradigma a una matriz disciplinar compartida por los miembros de una comunidad científica. En sintonía con el segundo significado que Kuhn otorga a este concepto, y más cerca aún de la propuesta foucaultiana que desplaza la noción de paradigma de la epistemología a la política, se consigna mediante este término un elemento singular que hace inteligible un contexto histórico. El ranking Great Place to Work, y lo que denominaremos *paradigma de la confianza* es, a la vez, un caso singular y una modalidad post moderna o postdisciplinaria de poder, propia de las sociedades de control. Exhibiendo su propia singularidad, el paradigma de la confianza, vuelve inteligible un momento histórico, cuya homogeneidad él mismo contribuye a constituir. Se trata de un paradigma guiado por el ideal de *prevenir el conflicto*.

Por su parte, el conjunto de publicaciones que se engloba bajo la categoría de *economía y negocios*, bien puede ser pensado desde la construcción conceptual que elabora Foucault para designar a los objetos de sus investigaciones. En *La Arqueología del saber*, la noción de *formación discursiva* se presenta como herramienta desreificadora que articula un conjunto de enunciados (provenientes de diversos ámbitos), con prácticas concretas. La labor arqueológica —comprometida con el desafío de esclarecer por qué surgen ciertos discursos en determinados momentos y no en otros— entiende que la relevancia de los enunciados tiene que ver con su efectividad, en tanto los acontecimientos discursivos son productores de realidad. En el caso que aquí se aborda, la propuesta apunta a contribuir al desentrañamiento de la relación entre saber y poder, entre discursos y prácticas, en el campo específico que recibe el nombre de economía y negocios. Interrogar el lenguaje utilizado desde las publicaciones de economía y negocios, implica detenerse en sus enunciados. Al afirmar que los enunciados “signan y “caracterizan” los signos al nivel de su existencia y, de esta manera, efectúan y orientan su eficacia”⁵ el planteo de Agamben se acerca a Wittgenstein quien se ocupó en *Investigaciones filosóficas* de pensar la noción de significado en estrecha relación

⁴ Agamben, G.: *Signatura rerum. Sobre el método*; Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires, Pág. 13.

⁵ Agamben, G.: *Signatura rerum. Sobre el método*; Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires, Pág. 89.

con la acción y el contexto en que algo es enunciado. Wittgenstein acuña el concepto de *Juegos de lenguaje* para designar “al todo formado por el lenguaje y las acciones con las que está entrelazado”.⁶ En estrecha conexión con este concepto, la noción de enunciado es de suma utilidad para comprender la signatura que los signos portan al formar parte de determinada práctica discursiva, aludiendo al destino pragmático o carácter puramente existencial de los signos.

[1. Equilibrio entre vida personal y laboral]

Tomando los enunciados, tal como propone Foucault, como objetos que no pueden ser reducidos ni al análisis semántico ni al semiótico, resulta interesante reflexionar sobre una renovada modalidad de acción que postula casi como ley primera y fundamental el equilibrio entre vida personal y laboral, entre familia y trabajo. Según Robert Levering, fundador de GPTW Institute “ahora es mucho más importante que antes que la gente sienta que la empresa respeta su vida privada”.⁷ De la mano de esta idea aparece la promoción de la salud de los empleados y de sus familias, aspecto que se materializa y se aconseja afrontar mediante múltiples alternativas tales como servicio de masajes para los empleados, sala de relax o espacios equipados para la práctica de yoga, técnicas de relajación durante la jornada laboral, cursos para dejar de fumar, cursos de nutrición o planes de alimentación ajustados a las tareas desempeñadas. Por si de un lado quedasen dudas respecto de perjuicios producidos por una reducción del tiempo de trabajo, y del otro se comenzara a creer en algún sentimiento de genuino interés y respeto por la salud de los empleados, el presidente de Electrolux, la empresa sueca que ocupa el primer puesto en 2010, no hace ningún esfuerzo por ocultar que “...los masajes producen una gran sensación de bienestar, y que la media hora se compensa con el aumento de productividad”.⁸

[2. El papel de Clarín]

El primer Ranking de las mejores empresas para trabajar en la Argentina corresponde al año 2002 y fue publicado por la Revista *Apertura*. A partir del año 2003 y hasta el año 2009 este ranking se publicó en el suplemento de economía y negocios del diario *Clarín*, Por su parte, el

⁶ Wittgenstein, L.: *Investigaciones filosóficas*, §7, Pág. 6. (edición digital)
www.pensamientopenal.com.ar/21122009/filosofia04.pdf

⁷ “Ranking Great Place to Work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 02-12-2007, Pág. 9.

⁸ “Las mejores empresas para trabajar en la Argentina”; Revista GESTIÓN, V.15 N.6, noviembre-diciembre 2010; Pág. 52.

ranking 2010 fue publicado en la Revista *Gestión*. Si bien la referencia al ámbito de publicación del ranking entre los años 2003 y 2009 puede resultar menor, el rotundo enfrentamiento entre el gobierno kirchnerista y el grupo *Clarín* torna necesario no pasar por alto algunas cuestiones. Año tras año, el suplemento *IEco* del diario *Clarín* presenta esta nota aludiendo y destacando como acontecimiento la entrega de los “premios Clarín” a las mejores empresas para trabajar en la Argentina. Este premio fue otorgado a aquellas que ocupaban los primeros diez puestos del ranking elaborado por la consultora Great Place to Work. En este marco y reiteradamente, el proceso inflacionario, el accionar de los sindicatos y la imprevisibilidad de la economía Argentina, son mencionados como obstáculos para el próspera expansión del paradigma de la confianza que postula la anulación de todo conflicto. Por otra parte, el ranking del año 2008 presenta como especificidad el contexto de crisis económica a escala global. En este marco las mejores empresas son también las que se proponen reducir al máximo los despidos (a los que se alude con términos como desvinculaciones o no renovación de contratos).

[3. Teoría sociológica aplicada]

En medio del conjunto de entrevistas y recuadros de opinión que configuran las extensas notas dedicadas a publicar el ranking anual de GPTW, resultan curiosas las referencias de Horacio Bolaños, director de Great Place to Work Institute, a las propuestas teóricas de los sociólogos Zygmunt Bauman y Niklas Luhmann. En el marco de la publicación del ranking 2007, Bolaños se dedica en su breve nota de opinión a reseñar la noción de “modernidad líquida” y finalmente argumenta: “frente a la «liquificación» de la amalgama social del mundo consumista, pareciera que las empresas están llamadas a cumplir un rol de formación de agentes sociales.”⁹ Podría considerarse que sobre el planteo teórico de Bauman opera aquí lo que Marcuse denominó —refiriéndose al ámbito del arte— *desublimación represiva*: aquello que pretende ser crítico es funcionalizado desde la propia cultura que se pretende criticar. Precisamente para Bauman, la posmodernidad o modernidad contemporánea es el tiempo en el que las relaciones de producción se subsumen a las relaciones de consumo. El lugar del consumo no está dado exclusivamente por la práctica, sino también por el imaginario, el deseo de consumo. Por otra parte, el propio Bauman denuncia una nueva forma de imponer la normatividad, ya no mediante la disciplina, sino mediante la elección. En la publicación del ranking 2008, Bolaños repite este mecanismo, apoyándose en el sociólogo

⁹ “Ranking Great Place to Work: Las mejores empresas para trabajar”; *IEco, Clarín*, 02-12-2007, Pág. 8.

Niklas Luhmann, a quien cita: “Mostrar confianza es anticipar el futuro. Es comportarse como si el futuro fuera cierto”¹⁰. Más abajo, evidenciando el carácter inescrupulosamente estratégico de su propia postura, Bolaños señala entre las acciones realizadas por las empresas durante el año 2001: “En los casos de desvinculación, se capacitó y apoyó a las personas.”¹¹

[4. Las claves del éxito]

Confianza, Orgullo y Camaradería. Estas son las claves para formar parte de las mejores empresas para trabajar. Con respecto a la confianza, Omar Gennari, gerente general de GPTW en varios países de la región, alude al “...voto de confianza que la gente deposita en *su* empresa...”¹² (la cursiva es nuestra). El eje central de este discurso exalta el reemplazo del conflicto por la construcción de una cultura de confianza que instale entre los empleados el orgullo de pertenecer a la empresa. Esta cultura de confianza también pretende velar la categoría de empleado y opta por referir a los *colaboradores*, quienes son invitados a sentirse dueños del negocio y exitosos por los logros del mismo. Enmascarar al empleado detrás de la noción de colaborador, es también encubrir su identidad primaria, definida a partir del ofrecimiento de la propia fuerza de trabajo a cambio de un salario. En este sentido, respondiendo si el mejor lugar para trabajar es también donde mejor se paga, Flavio Devoto, gerente general de Novo Nordisk —multinacional danesa que se mantiene entre las seis mejores desde que se hace la encuesta— se apoya en la premisa de que la gente no sólo trabaja por dinero.¹³

Para la camaradería, desde este paradigma se resalta la importancia de las celebraciones, de un ambiente festivo en el cual el éxito de la compañía sea vivido como un logro personal. La clave pasa por reforzar el sentimiento de comunidad, segundo hogar o gran familia, la idea de valores compartidos, de que todos *tiran para el mismo lado* o están juntos *en el mismo barco*. De esta manera los circuitos de control toman un aspecto horizontal. Sin dudas, se trata de una estrategia sumamente eficaz, que contribuye a anular el enfrentamiento hasta aquí inherente a las relaciones laborales, dando lugar a nuevas formas de alienación bien distintas de aquellas que señalaba la bibliografía clásica. Por expresarlo tal vez demasiado coloquialmente: cómo pedir un aumento a ese jefe que ayer sostuvo a mi propio hijo en brazos, aquel que luego

¹⁰ Luhmann, N.: *Confianza*; Anthropos Editorial, 2005, Pág. 15.

¹¹ Great Place to work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 30-11-2008, Pág. 11.

¹² Great Place to work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 30-11-2008, Pág. 10.

¹³ Great Place to work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 30-11-2008, Pág. 12.

brindó conmigo en el día de campo organizado por la empresa para celebrar un año más de éxito.

La nueva camada de empleados recibe el nombre de generación “Y” y es definida como menos paciente y más reticente a las rutinas. Partiendo de esta caracterización, otra de las claves que plantea este paradigma apunta a fomentar la diversión y despojar al trabajo de todo aspecto rutinario. Tomando a Bauman, las relaciones humanas se encuentran bajo la dominación de visiones del mundo y patrones de comportamiento a la medida de los mercados¹⁴. Siendo la degradación de la rutina una de las características propias de la sociedad de consumo, para los empleados profesionales, en tanto miembros de este tipo de sociedad, todo aquello ligado a conductas rutinarias, se torna aburrimiento insopportable. El estar entretenido es, entonces, parámetro de una vida exitosa y feliz.

[5. Política de diferencia]

Entre las acciones infaltables para que las empresas se recubran del halo de lo políticamente correcto, junto a las áreas destinadas a practicar la responsabilidad social, los gerentes generales declaran un profundo esfuerzo por conformar un plantel de empleados bien diverso. En referencia a esta actitud, expresan Negri y Hardt:

“Los gurús contemporáneos de la cultura corporativa, empleados por los administradores como consultores y planificadores estratégicos, predicen la eficiencia y beneficios de la diversidad y el multiculturalismo dentro de las corporaciones (...) De hecho, las antiguas formas modernistas de la teoría racista y sexista son los enemigos explícitos de esta nueva cultura corporativa (...) Gente de todas las diferentes razas, sexos y orientaciones sexuales deben potencialmente ser incluidos en la corporación; la rutina cotidiana del lugar de trabajo debe ser rejuvenecida con cambios inesperados y una atmósfera de diversión (...) El objetivo del jefe, consecuentemente, es organizar estas energías y diferencias en el interés de la ganancia. Este proyecto se denomina adecuadamente "administración de la diversidad". Bajo esta luz las corporaciones aparecen no sólo "progresistas" sino también "posmodernistas", como líderes de una muy real política de diferencia.”¹⁵

Sin embargo, la efectiva composición del plantel de empleados evidencia una distancia respecto del proyecto enunciado: entre las empresas que ocupan los tres primeros puestos del

¹⁴ Bauman, Zygmunt: *Vida de consumo*; Pág. 41. FCE, Buenos Aires.

¹⁵ Negri, T. y Hardt, M.: *Imperio*; Harvard University Press, Cambridge, Massachussets, 2000, Pág. 132.
http://ddooss.org/articulos/textos/Imperio_Negri_Hardt.pdf

ranking 2010 alrededor del 70% de la conducción está a cargo de hombres y entre el 70 y 80% de los empleados pertenecen a la generación “X”, aquella posterior a la de los llamado Baby Boomers, pero previa a la generación “Y”.

[6. Breve apunte acerca de la resignificación de lo flexible]

Considerando la propuesta de Agamben respecto a la distinción entre concepto y signatura¹⁶, se puede pensar que la noción de *flexibilidad* se comporta como una signatura que remite al anterior patrón disciplinario. La idea de trabajo flexible, con capacidad de ajustarse a las necesidades del empleado, exhibe como signatura el modelo previo de trabajo. El trabajo organizado por objetivos y proclive a ser realizado desde el propio hogar, viene a desbancar el carácter rígido de la tradicional jornada laboral. Además, la apuesta por la flexibilidad, continuamente subrayada, se vuelve legible en un contexto en que esta idea se resignifica, dejando atrás su previa identificación con las prácticas de flexibilización laboral, que tuvieron su máxima expresión durante la década del '90.

[7. Singularidades uniformes]

Continuamente se remarca la importancia de reconocer a cada uno de los *colaboradores* en su individualidad, evitando cualquier tipo de trato uniforme:

“El gimnasio en la oficina, el comedor en planta o salir temprano los viernes son acciones que ya pasaron de moda. Para lograr un buen ambiente de trabajo, hoy en día prevalecen prácticas que marcan diferencia por su nivel de personalización, es decir, que se adaptan a cada empleado en particular.”¹⁷

Sin embargo, para justificar esa evidente uniformidad (incluso en aparentar un reconocimiento de los sujetos en su singularidad) y la globalización de las nuevas formas no disciplinarias de control, se instala un discurso evolucionista que ubica a los diversos países en una misma recta de progreso y transformación. Levering, fundador de GPTW, observa: “En Junio estuve en Japón: ellos están diez años atrasados con respecto a la Argentina;

¹⁶ En *Signatura rerum*, Agamben ejemplifica esta diferencia mediante la noción de secularización. Esta noción que a primera vista puede parecer un concepto, actúa como signatura en tanto remite a su anterior pertenencia a la esfera teológica.

¹⁷ “Ranking Great Place to Work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, Clarín, 08-11-2009, Pág. 9.

Argentina probablemente esté cinco años detrás de los EE.UU. Pero en mi opinión, todos avanzan en la misma dirección, por la competencia mundial.”¹⁸

[Concluyendo]

El ranking de las mejores empresas para trabajar en la Argentina configura un fenómeno histórico singular capaz de tornar inteligible un contexto de mayor amplitud, signado por el despliegue de un conjunto de prácticas culturales que los sujetos incorporan dando lugar a nuevas formas de alienación. En el marco de la publicación del ranking correspondiente al año 2010, publicado por la Revista Gestión, Omar Gennari, instala la conciliación de expectativas como horizonte y alude al binomio capital/trabajo como arquetipo que debe superarse por medio de la confianza. El sujeto auto disciplinado constituido por este flamante paradigma bien puede ser analizado como el tipo de subjetividad que demanda el capitalismo en su forma actual. Retomando las ideas planteadas por Negri y Hardt “El pasaje hacia la sociedad de control no significa en modo alguno el fin de la disciplina. De hecho, el ejercicio inmanente de la disciplina -es decir, del auto-disciplinamiento de los sujetos, los incessantes susurros de las lógicas disciplinarias dentro de las subjetividades- está extendido de modo aún más general en la sociedad de control.”¹⁹ Lo que aquí ha sido denominado como paradigma de la confianza configura el velo de lo nuevo tras el cual se oculta un capitalismo sumamente hábil para refundarse.

¹⁸ “Ranking Great Place to Work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 02-12-2007, Pág. 9.

¹⁹ Negri, T. y Hardt, M.: *Imperio*; Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 2000, Pág. 282.
http://ddooss.org/articulos/textos/Imperio_Negri_Hardt.pdf

Bibliografía:

- Agamben, G.: *Signatura rerum. Sobre el método*; Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires.
- Foucault, M.: *La arqueología del saber*; Siglo veintiuno editores, Argentina.
- “Great Place to work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 30-11-2008.
- Negri, T. y Hardt, M.: *Imperio*; Harvard University Press, Cambridge, Massachussets, 2000.
http://ddooss.org/articulos/textos/Imperio_Negri_Hardt.pdf
- “Las mejores empresas para trabajar en la Argentina”; Revista GESTIÓN, V.15 N.6, noviembre-diciembre 2010.
- “Ranking Great Place to Work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 02-12-2007.
- “Ranking Great Place to Work: Las mejores empresas para trabajar”; IEco, *Clarín*, 08-11-2009.