

X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2013.

Produciendo empleables.

Andrea Calamari.

Cita:

Andrea Calamari (2013). *Produciendo empleables. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/239>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

X Jornadas de sociología de la UBA.

20 años de pensar y repensar la sociología. Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI 1 a 6 de Julio de 2013

Mesa: 16 Asalariados de altos puestos, dirigentes empresarios y proceso de trabajo managerial.

Título de la ponencia: Produciendo empleables

Autor: Andrea Calamari. Doctora en Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y RRH. Universidad Nacional de Rosario.

Introducción

Si “cada cultura vive dentro de su sueño” (Mumford, 1982), el sueño de época que inauguró el protestantismo como origen del capitalismo moderno -o como su justificación- sigue aún presente, tal vez no como sueño sino como pesadilla, en torno a la organización del tiempo, la rutina minuciosa e ininterrumpida -ya sea en el trabajo, como en el “tiempo libre”-, y el sentido de la vida de los hombres en la tierra (Weber, 2003).

“El siglo XX es caracterizado comúnmente como una era de trabajo no manual y burocrático” (Sennett, 1974: 712). La transposición del trabajo manual e industrial a un trabajo de tipo profesional burocrático propio de la desindustrialización, ha dado origen, para Richard Sennett, a una nueva “clase” -sin autoconciencia de tal que se compone de gente que realiza un trabajo cuasi técnico, cuasi rutinario. “Los miembros de esta clase están sujetos a definiciones institucionales de su trabajo que también constituyen, en gran medida, una definición institucional de sus personalidades” (1974: 714). Esta virtual eliminación de los límites entre el yo y el mundo, donde la situación en el trabajo se asemeja a un espejo del poder personal que el autor veía en el campo reducido de una nueva clase emergente durante el último tercio del siglo pasado, puede proyectarse hacia una caracterización general del tipo de “trabajador” requerido y formateado por el sistema de producción postfordista.

Una de las primeras hipótesis que, intuitivamente, fue marcando el inicio de estas reflexiones suponía la conformación de un nuevo tipo de sujeto social en torno a una actividad humana fundamental como es el trabajo. Considerábamos, asimismo, que las características de dicha conformación habían de ser rastreadas al nivel de la discursividad, habida cuenta de la aparición de un tipo de discurso particular al que definimos como el discurso de la **industria laboral**. Partiendo de la consideración de los discursos sociales como espacios en los que se produce -y no sólo reproduce- la realidad, sostenemos que la industria laboral se construye -aunque no exclusivamente, sí de manera privilegiada- a partir de los procesos sociales de producción de sentido.

La industrialización contemporánea del trabajo deriva en un producto inédito y original: el **empleable**. Un producto cuyas virtudes descritas y publicitadas constituyen el eje estructurante del discurso laboral. Un producto que condensa en él todas las capacidades del género humano y, a su vez, las prerrogativas de la personalidad y la subjetividad.

El aumento de la competencia social, producto de la forma “civilizada” de comportamiento y de sensibilidad, en términos eliasianos, ha comportado grados cada vez mayores de interrelación de las funciones sociales y, consecuentemente, individuos cada vez más dependientes entre sí mediante el “ajuste” de sus comportamientos de manera tal de hacerlos previsibles, regulares y estables - tanto a los individuos como a sus comportamientos-.

La **industria laboral** es una categoría empírica a la que hemos llegado a lo largo de nuestro recorrido,¹ y es considerada como una formación discursiva, como “un conjunto de reglas anónimas, históricas, siempre determinadas en el tiempo y en el espacio, que han definido una época dada, y para un área social, económica, geográfica o lingüística dada, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa” (Foucault, 2004: 153). Hemos asistido en los últimos años a la proliferación de discursos en torno al trabajo, muchos de ellos inéditos, en soportes, géneros y formatos disímiles, que nos han llevado a pensar en las características que tal fenómeno asume como proceso de producción social de sentido.

Norbert Elías afirma que “un florecimiento más o menos repentino de palabras dentro de una lengua indica casi siempre transformaciones en la propia vida de los seres humanos” (1994: 100), y agrega que esto se acentúa en el caso de palabras que permanecen en el centro de la actividad humana. La *proactividad*, el *know how*, la *versatilidad*, el *coaching estratégico*, el *diseño de carrera*, el *trabajo por proyectos*, la *formación permanente*, el *selfplacement* y el *outsourcing*, entre otros e innumerables “términos”, han adquirido centralidad en la vida cotidiana de quienes, de un modo u otro, se vinculan con la industria laboral. La importancia del discurso de la industria laboral no reside, parafraseando a Elías, en que es un fenómeno aislado, sino el síntoma de una transformación y materialización de unos procesos sociales (1994). El discurso de esta industria, queremos puntualizar, no lleva “en sí” las justificaciones de una ideología particular; están inscriptas en él, en todo caso, las “marcas” a partir de las cuales podemos establecer las relaciones que mantiene con sus condiciones de producción (Verón, 1987).

El **empleable**, por su parte, aparece también como una categoría empírica, un tipo construido producto de la selección, abstracción, combinación y acentuación de un conjunto de criterios con referentes empíricos, a la vez destinatario y producto del discurso laboral del que ha desaparecido el término “trabajador”. **Del trabajador al**

¹ Este artículo recupera algunos fragmentos de mi tesis doctoral “Del trabajador al empleable. Una mirada sobre el discurso de la industria laboral”, correspondiente al Doctorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario.

empleable no es sólo una fórmula, sino que aparece como un desplazamiento nodal, desde el punto de vista de la discursividad social, en relación al sujeto que emerge del discurso. El discurso laboral, creemos, va haciendo surgir temas, motivos, destinatarios específicos y, a partir de un particular encadenamiento de éstos, él mismo se va constituyendo como tal.

La forma en la que se va hilvanando un discurso ha de permitir, siguiendo a Roland Barthes, que surja de él un sujeto particular. Así como de las formas del “discurso amoroso” emerge el “sujeto del amor”, nos preguntamos cuál es el sujeto del discurso laboral. (Barthes, 1993)

El discurso laboral está caracterizado esencialmente por sus aspectos formales, su posibilidad de emergencia y sus particularidades no están dadas por una temática abordada, no se trata en él de un referente particular -discurso que habla *sobre* el trabajo- sino de cierto tipo de encadenamiento, una arquitectura discursiva, una modulación significativa que hace que surja, en esas instancias particulares, ese sujeto privativo del propio discurso: el **empleable**.

Las materialidades trabajadas en nuestro trayecto aparecen, así, bajo la forma de una recopilación u ordenamiento de las figuras del empleable, al modo de esa especie de diccionario del enamorado de Barthes. Estas figuras, sin embargo, adquieren un diseño reticular, por fuera de todo sintagma, como las del discurso amoroso giran “como un calendario perpetuo”. Bajo esas formas se nos presenta, por nuestra parte, el discurso del trabajo; parafraseando a Barthes, como una enciclopedia de la cultura laboral (1973).

A propósito del sujeto del psicoanálisis, Carlos Kuri se pregunta: “Cómo, según qué condiciones y bajo qué formas, algo como un sujeto puede aparecer en el orden de los discursos. ¿Qué lugar puede ocupar en cada tipo de discurso, qué funciones puede ejercer y obedeciendo a qué reglas?” (1994: 14). Nos permitimos preguntarnos esto mismo a propósito del sujeto del trabajo presente en el discurso de la industria laboral. El sujeto como “efecto de discurso” -no la persona, nos apresuraremos en aclarar- aparecerá en determinado funcionamiento del discurso, con sus reglas y condiciones propias que, precisamente, habilitan la posibilidad de emergencia de ese sujeto.

Industria laboral

El sistema productivo ha cambiado radicalmente en los últimos años y, con él, se han originado importantes transformaciones en los modos de trabajar, así como en las formas de gestión y organización del trabajo. Decíamos ya que una de las hipótesis que ha guiado nuestra investigación es que el actual sistema de producción está asentado, entre otros aspectos fundamentales, en la existencia de una **industria laboral**, cuyo surgimiento está estrechamente relacionado con aquél. Cada fase o período del capitalismo está caracterizada por industrias que se han convertido, en algún sentido, en emblemáticas de dichas etapas, poniendo

de manifiesto no sólo cambios de tipo económico o laboral, sino un conjunto de transformaciones sociales, políticas, culturales, en la vida de las personas y en el funcionamiento de las sociedades.

Así como los comienzos de la industrialización tienen como figura emblema a la industria textil, la primera mitad del siglo veinte a la industria automotriz, el sistema productivo posfordista se caracteriza por la aparición y consolidación de una industria que puede considerarse su materialización: la **industria laboral**.

El nacimiento de esta industria no puede desconocer lo que le debe a su antecesora directa, es decir, a la industria cultural surgida de la sociedad de masas propia del siglo veinte. Si la industria textil supuso el paso del trabajo manual a la maquinización incipiente, la automotriz trajo consigo una mayor rutinización y estandarización del trabajo, la industria cultural, por su parte, comportó la “novedad” de industrializar lo hasta entonces no industrializable. ¿En qué radica lo inédito de esta etapa del capitalismo que nos lleva a postular la existencia de una **industria laboral**? En la industrialización de la materia humana, de las capacidades cognitivas como principal sustento del trabajo.

Ya en los años cincuenta Hannah Arendt nos había dicho que el trabajo había adquirido las características de la *labor*, mientras que la *acción* tomó las del *trabajo*: el *trabajo* no produce cosas sino que se enmarca en la más pura necesidad y la política del siglo veinte se ha dedicado a fabricar objetos bajo el imperativo de mostrar resultados tangibles. (Arendt, 2003) Paolo Virno toma parte de estos argumentos incorporándoles una variante. Sostiene que el *trabajo* en la actualidad ha devenido *acción*, ya que es en el trabajo donde el hombre se muestra ante los otros y no en la política que “ofrece una red comunicativa y un contenido cognoscitivo más pobres de los que se experimentan en el actual proceso productivo” (Virno, 2003: 44). Es en el trabajo posfordista donde aparece esa actividad sin fin alguno, o mejor, que tiene un fin en sí misma, como es la *acción*.

Virno retoma a Marx cuando define al trabajo intelectual, actividad inmaterial o mental: aquellas en las que “el producto es inseparable del acto de producir” (Marx citado en Virno, 2003: 47). Son actividades que se cumplen en sí mismas, sin objetivarse en una obra que trascienda la acción de producir. Virno considera que los trabajadores actuales son todos “artistas ejecutantes”. Como los artistas ejecutantes, los **trabajadores virtuosos** se deleitan en su propia ejecución, pero a diferencia de aquellos, lo hacen sin partitura alguna. Los rasgos de improvisación, de versatilidad, de adaptación a los cambios y a los imprevistos se han convertido en aspectos centrales de este tipo de producción, de un modo particular de “estar trabajando”. La producción actual deviene virtuosa -política- porque incluye en sí la experiencia lingüística en cuanto tal y, por lo tanto, la matriz del posfordismo hay que buscarla en los sectores industriales en los que se da “la producción de comunicación como medio de comunicación”, esto es, en la industria cultural. Lo que para la escuela de Frankfurt eran residuos de otra época presentes en una industria que se parecía en todo al resto de todas las actividades industriales, para

Virno eran algo más que restos, constituían presagios anticipatorios de lo que se convertiría en el modo de ser del trabajo posfordista.

“La informalidad de la acción comunicativa, la interacción competitiva típica de una reunión, la brusca variación que puede animar un programa televisivo, en general todo lo que hubiera sido disfuncional reglamentar más allá de cierto punto, hoy, en la época postfordista, se volvió un aspecto típico de toda producción social” (Virno, 2003: 56).

Delimitamos nuestra caracterización de la **industria laboral** diferenciándola, en primera instancia, del *mercado de trabajo* o *mercado de empleo*, en su acepción más generalizada; esto es, la disponibilidad de puestos de trabajo, su movilidad y las posibilidades de inclusión o exclusión que el mismo genera. El *mercado laboral*, según su caracterización más extendida -y fuertemente arraigada en la tradición marxista-, nos reenvía casi inevitablemente a la consideración del mercado de trabajo en términos de oferta y demanda² y al trabajo como un bien, unas veces abundante, otras escaso, al que es posible acceder o no, en el marco de disputa que supone la confrontación entre trabajo y capital.

Cuando aquí nos referimos a **industria laboral** lo hacemos, en principio, tomando uno de los dos sentidos principales dados a *industria* por Raymond Williams, según quien ésta es concebida como “una institución o conjunto de instituciones para la producción y el comercio” (2003, p. 184). Señala el autor que, desde su aparición en el siglo quince, el término ha ido tomando distintas significaciones, y a partir de la segunda mitad del siglo veinte se ha extendido, abarcando nuevas áreas o “tipos no industriales de servicios y trabajos”, como el ocio, las vacaciones o el entretenimiento. Podemos, siguiendo a Williams, hablar de una **industria laboral** en tanto que esfuerzo organizado e institucionalizado en pos de la capitalización y organización de un conjunto de dispositivos y saberes relacionados al propio trabajo, como un sistema que regula el trabajo y, a raíz de esa regulación produce una industrialización en el marco de una “aparente dispersión”.

² “Otras miradas sobre el funcionamiento de los mercados de trabajo permiten cuestionar este supuesto. La literatura sobre los mercados internos de trabajo (Villa, P. 1990; Pries, L. 2000) permite caracterizar las relaciones entre oferta y demanda de empleo como profundamente heterogéneas y condicionadas por la rama de actividad y el sector económico; el tamaño y tipo de empresa; el emplazamiento geográfico de las organizaciones, entre otras características que definen un funcionamiento diferencial del reclutamiento, la movilidad, la capacitación y el egreso de la fuerza de trabajo.”

En este sentido no sería posible hablar de una única empleabilidad para hacer referencia a las condiciones mínimas de ingreso y permanencia, o bien a la posibilidad de obtener empleo. Existiría una empleabilidad para el sector rural; otra para el sector industrial urbano, y dentro de ello no sería igual para una Pyme que para una gran empresa de capital internacional.” “Del empleo a la empleabilidad. De la educación a la educabilidad” en *Relaciones de poder y trabajo: las formas contemporáneas de explotación*, AAVV, Buenos Aires: Poder y Trabajo Editores. Volveremos sobre este trabajo, en relación a nuestro recorrido sobre la empleabilidad, abordada y conceptualizada a partir de algunas diferencias sustanciales que desarrollaremos a lo largo de este análisis. SPINOSA, Martín. 2007.

Ya no se trata, desde esta filiación, del modo en que se industrializa un rubro o tipo de trabajo particular sino del trabajo en sí, considerado él mismo como mercancía. Una mercancía particular, ya que no es definida solamente en términos de posesión; no nos referimos al trabajo como algo que puede o no poseerse. A partir de su industrialización el trabajo se ha convertido, a la vez, en bien, objeto de deseo, conjunto de saberes, potencialidad.

Industria laboral intenta entonces dar cuenta del carácter industrial que está adquiriendo el mercado laboral, la gestión del empleo, las relaciones laborales; en síntesis, el trabajo. Una industria que produce objetos de consumo (consultoras, cursos, seminarios, especializaciones, bibliografía, programas de estudio) y genera *agenda*, *temas* o *secciones* en el campo mediático (suplementos, testimonios, consejos, noticias). Recordemos lo que dicen Adorno y Horkheimer acerca del papel que juegan los “detalles” en la *industria cultural*, al afirmar que ésta “trata de la misma forma al todo y a las partes” de modo tal que uno y otras poseen los mismos rasgos. Como los detalles o clichés de la industria cultural de la comunicación de masas, en la **industria laboral**, como veremos, se repiten una y otra vez los motivos (*proactividad*, *liderazgo*, *formación permanente*, *versatilidad*) en esquemas que sólo en apariencia son distintos y cambiantes (*carreras universitarias*, *currículums vitae*, *avisos clasificados*, *servicios de consultoría*, *material bibliográfico*). Confirmar el esquema, mientras lo componen, constituye toda la realidad de los detalles. (Adorno y Horkheimer, 1988)

¿Podemos dar cuenta de esos detalles que conforman el esquema de la industria? En primer lugar es necesario aclarar que consideramos a la **industria laboral** como una *formación discursiva*. Para Michel Foucault las prácticas discursivas no son sólo los modos de fabricación de unos discursos particulares, toman cuerpo en el conjunto de las técnicas, las instituciones, los esquemas de comportamiento, los tipos de transmisión y difusión. Los discursos, entonces, presuponen no sólo determinaciones concernientes a las posiciones de los hablantes -quién habla, status social, derecho de emisión de determinados discursos- sino también emplazamientos institucionales -lugares físicos y textuales- donde esas prácticas tienen lugar. Es lo que, en términos de la teoría de los juegos del lenguaje, se identifica como el marco institucional en el que se producen determinados enunciados y al que le corresponde un juego -y unas reglas- de lenguaje preciso. (Foucault, 2004)

Trabajamos para esto a partir de algunos de los múltiples y diversos agenciamientos de la industria laboral, atendiendo a sus condiciones de producción y sin ninguna pretensión unificadora que los ubicaría como “la obra de un sujeto colectivo”, sino atendiendo precisamente a su dispersión.³

³ Nuestro corpus está conformado por los suplementos Empleos de La Nación y Clarín correspondientes a tres períodos: agosto-octubre de 2005, octubre-noviembre de 2007, junio-julio de 2009. A esto se suman los sitios web de búsqueda y ofrecimiento de empleos que se desprenden de ambos diarios: www.zonajobs.com y www.empleos.clarin.com. Finalmente trabajamos sobre los web sites corporativos de una serie de consultoras de recursos humanos a

Alejados de toda “filosofía de la representación” (Rorty, 1983) que ubicaría, por un lado el trabajo, inscripto en la estructura socioeconómica, y por otro, el lenguaje, (lo que lo nombra) como su reflejo. El “problema” de estos textos no es que remitan a un significado -social, económico, cultural o psicológico- particular y exterior a ellos, sino que la articulación configurativa de acciones y pasiones que hay en ellos “produce una articulación significativa particular, que es al mismo tiempo, cultural, psicológica, etc.” (Fabbri, 1999: 48).

La **industria laboral** no es un conjunto de enunciados sobre el trabajo. No es una nueva forma de conocimiento sobre el trabajo y las relaciones laborales, no es un espacio de intermediación entre componentes del mercado laboral, no es una institución u organización del capital. La **industria laboral** es una formación discursiva, una disposición general de enunciados, su colocación en serie de conjuntos determinados, así como las modalidades y estrategias enunciativas que la conforman. Por lo tanto la cuestión se plantea al nivel del discurso mismo, que ya no es traducción de algo exterior, sino, en palabras de Foucault, lugar de emergencia.

La industria textil, novel e incipiente en el siglo dieciocho, se apoya en las innovaciones que supusieron las primeras máquinas que permitían el hilado de varios hilos de una vez, y ya no uno solo como permitía el trabajo artesanal. Su emplazamiento físico se reducía a una o algunas máquinas hiladoras en las que los campesinos hacían su trabajo. El producto del mismo lo constituían los tejidos.

La industria automotriz, emblema de la industrialización del siglo veinte, supuso no sólo grandes instalaciones fabriles, sino también un tipo de organización del trabajo que ha dado lugar al nacimiento del *fordismo* como caracterización de la misma. El producto de esta industria es también fácil y obviamente identificable: el automóvil.

La **industria laboral**, en el siglo veintiuno, no tiene un emplazamiento físico identificable, su materialización es esencialmente discursiva, hasta tal punto que podemos identificar industria laboral con discurso laboral. Su producto -no tan obviamente identificable-, es un sujeto enunciativo: el **empleable**.

Los términos del contrato discursivo

Interrogamos al discurso laboral como un discurso de poder, con sus tácticas, estrategias, coyunturas, a través de las superficies de emergencia y las relaciones de fuerza que hacen necesaria su utilización. En fin, no lo que el discurso *dice* sino lo que *hace* y es capaz de hacer: *hacer creer, hacer decir, hacer hacer*.

El discurso laboral encuentra, como el discurso político, su zona de acción entre lo pedagógico (hay cierto saber en juego), lo religioso (se solicita una creencia para hacer) y lo amoroso (se pretende un cierto querer pasional).

Como en el caso del discurso político, el **discurso laboral** necesita, como punto de partida, ser tomado como verdadero. Sin embargo esta necesidad no se establece sólo en relación a sus enunciados, a una presunción de verdad acerca de lo que se dice, sino, esencialmente -y creemos que esto es determinante en su conformación- en su propia existencia en cuanto discurso. Aceptar como verdadero lo que el discurso laboral dice, lleva consigo convertirlo en necesario. ¿Qué queremos decir con esto? Que si aceptamos, por caso, que el trabajo actual requiere ciertas *habilidades* y *competencias* y que, para alcanzarlas, es imprescindible contar con *constante actualización* y *formación permanente*, y si esa formación y actualización se dan sólo en el marco de la propia industria (cuya materialización es eminentemente discursiva) por lo tanto es el mismo discurso laboral el que se vuelve necesario.

El discurso laboral debe *ser* y *parecer*, por lo tanto su coherencia y su configuración se sitúan en el *eje de la verdad*, aunque no únicamente allí, ya que también hay algo en él del orden de la revelación. El manejo de las *modalidades veridictorias* está llamado a potenciar las posibilidades de su credibilidad, so pena de provocar la ruptura del contrato sobre el que se sustenta; por tal motivo es un discurso que abunda en enunciados asertivos. Hay en él *bases teóricas* que sustentan las afirmaciones, hay *datos* que confirman los razonamientos, hay *testimonios* que acreditan la veracidad.

De todos modos, con la *verdad* no es suficiente, si la revelación ayuda a *crear*, también se hace necesario que el otro *quiera*. El interrogante esencial del *management* es “¿cómo lograr que la gente haga lo que nosotros queremos?” (Dupuy, 2006: 81). Este es un desafío que no se da bajo las condiciones de algún tipo de coerción sino desde el convencimiento y la colaboración. Aunque esta es una característica del discurso gerencial tradicional, adquiere nuevos matices en el actual sistema productivo ya que no se trata sólo de la antigua empresa verticalista en la que el *management* venía a ocupar y gerenciar un lugar intermedio entre “arriba” y “abajo”. El discurso del *management* tradicional es ya antiguo con respecto a las nuevas formas que han adquirido las organizaciones y, por lo tanto, la gestión del trabajo en ellas.

En las organizaciones matriciales ya no hay lugar para esa intermediación en términos verticales: para que el otro (todos) haga(n) “lo que nosotros queremos” es necesario que el otro (todos) acepte(n) el juego interaccional que un nuevo discurso les propone. Un juego que se da en el marco de una ampliación y horizontalización de la estructura organizacional y que requiere, por lo tanto, la extensión y profundización de las bases sobre las que se asienta el eje de la *verdad*. Para que todos colaboren, todos deben *saber* y *crear*.

El discurso laboral realiza esta operación mediante la estrategia de ampliación de los términos del contrato, es decir, del número de colaboradores. Si las viejas

organizaciones, en términos de Dupuy, contaban con los ejecutivos como sus aliados, la nueva organización ha horizontalizado la colaboración (entre otras muchas cosas, ya que también lo ha hecho con el riesgo, la incertidumbre, las pérdidas). Hoy todos son colaboradores, por lo tanto, sobre la credulidad de todos ellos se asientan las bases del contrato, aún de quienes están por fuera de la organización, extendiéndose a la totalidad de la industria laboral. Esta es una de las claves de la conformación de esta industria en el actual sistema productivo, la configuración de un contrato discursivo lo suficientemente amplio en términos de alcance que permite la inclusión de actores sociales que, a priori, quedarían excluidos de él. Esto marca diferencias sustanciales con respecto al discurso empresarial propio del modelo de producción taylorista-fordista. Éste suponía un contrato restringido tanto sectorial como numéricamente, restricción que estaba dada por su carácter endógeno y por ser atribuido exclusivamente al capital. El discurso de la industria laboral, por su parte, se abre exponencialmente en los términos fiduciarios.

La organización taylorista tenía un discurso -el discurso “empresarial”- identificado con la empresa, dirigido al interior de la organización y hacia sus integrantes. Cierta verticalismo paternalista, al modo de “gran familia” protectora, estructuraba un discurso de arriba a abajo y hacia adentro. Lo propio del posfordismo, en este sentido, es que en él prima el discurso laboral. Un discurso que no está identificado sólo con las empresas sino con la totalidad de los colaboradores. Así como no hay “arriba y abajo”, tampoco hay “adentro y afuera”, por lo tanto el contrato se ha ampliado a todos aquellos que comparten *una misión*.

Si uno de los sujetos discursivos contractuales está asentado sobre la *credulidad*, el otro lo debe estar sobre la *credibilidad*. Para que uno pueda creer, el otro debe ser creíble. Como en el caso del discurso político, el discurso laboral, instalado en el eje de la verdad, recorre los distintos caminos de la persuasión con sus destinatarios a través de una serie de modalidades enunciativas: hacer saber, hacer creer, hacer querer, hacer deber y hacer poder. La industria del trabajo debe construir un destinatario que no sólo sepa (*Cómo manejar las emociones particulares*), sino que además crea en ello (*Tu futuro comienza aquí*) y que, a partir de esta creencia, quiera aquello que se le ofrece (*¿Estás listo para liderar?*), es decir, se le pide, también en términos de un deber (*Lo suficiente ya no es suficiente. Certifícate*) y sienta que puede hacerlo (*CV: claves para venderte como el mejor*).⁴

En el discurso laboral el otro aparece como un sujeto investido, principalmente, por un *querer hacer*. Aquel que está en posición de leer este discurso quiere ser un líder, quiere formarse, quiere ser el mejor. Instituido por este querer hacer, adquiere un *saber hacer*, al modo del héroe que desarrolla un recorrido cognitivo, y, al mismo tiempo, un *poder hacer* que lo convierte en un héroe ya capaz de realizar un recorrido pragmático. Este contrato, de todos modos, puede estar escasamente vinculado con las prácticas y vivencias cotidianas -cómo asegurarse, por caso, ser un líder o ser el mejor-, motivo por el cual sus bases deben ser

⁴ Las citas en cursiva corresponden a textos presentes en el corpus analizado.

permanentemente fortalecidas. Que el otro *quiera, sepa y pueda* es una de las claves de la eficacia del discurso laboral. Este régimen discursivo lleva en sí inscriptas todas las condiciones de cualquier régimen de credibilidad: *verosimilitud* del objeto sobre el cual se cree o no se cree, *credibilidad* del sujeto que tiene a su cargo el hacer persuasivo y *credulidad* del sujeto que tiene a su cargo el hacer interpretativo.

Es fundamental, entonces, la actividad cooperativa del lector que, mediante la aceptación del contrato de lectura propuesto, acepta el juego modal subyacente. El destinatario construido no es un actor social específico (empleados, desempleados, patrones, gerentes, puestos medios, etcétera) sino una construcción discursiva a la que llamamos **empleable**, sobre la que nos detendremos unas líneas más adelante. Esta actividad cooperativa del destinatario o co-enunciador funciona al modo del discurso publicitario. En la industria laboral nadie queda por fuera. Si la imagen de la gran familia protectora, propia de un tipo de organización laboral y del discurso empresarial tradicional, no alcanza a dar cuenta de la ampliación en los términos contractuales del discurso laboral, hay otras imágenes que funcionan, afectiva y materialmente, sobre la confianza.

La antigua familia ha dejado paso al “equipo” de la industria laboral. El gran equipo está llamado a generar confianza en el interlocutor quien es llamado a sentirse parte. Pero la cuestión de la *confianza* es más compleja, ya que lleva en sí las condiciones de la *confrontación*. En este sentido podemos preguntarnos acerca de la naturaleza del compromiso y la promesa presentes en el discurso del trabajo. Compromiso que es presentado en términos de: *excelencia y calidad, compromiso con el aprendizaje, crecimiento constante, actualización permanente, efectividad personal, capacidad de liderazgo, permanente innovación, mayor éxito en la gestión*.

Estos *compromisos* aparecen como aserciones en el grado cero de la modelización, sobre la base de la distinción de valores en torno al eje de lo positivo/negativo. Las fórmulas propuestas, en este sentido, gozan de una especie de positividad absoluta que las hace carecer de oposición, ¿quién podría o querría optar por la mediocridad, la falta de soluciones o la ausencia de crecimiento? Si cada agenciamiento de la industria, por su parte, propone y postula idéntica performance, intuimos que la apuesta no se dirige a la diferenciación sino, por el contrario, a la conformación del esquema a partir de los detalles. A la **industria laboral** en sí misma, en términos de necesidad, garantía y confiabilidad.

Decíamos también que la confianza presupone el conflicto. El compromiso de un enunciado sólo es pertinente si se opone a otro, al menos eventualmente, más tentador; por lo tanto la promesa, lejos de sellar una armonía preestablecida, lleva en su interior la divergencia, la polémica o la desconfianza. De lo contrario se convierte en una promesa que nada promete. No podemos dejar de mencionar los presupuestos nunca dichos del discurso laboral. Tal vez sea la abierta negación lo que lo convierte en una presencia en ausencia, nunca dicha, nunca revelada, no reconocida: el campo de memoria del discurso laboral no está asentado en la confianza sino en el conflicto.

Sin embargo, las imágenes del discurso laboral son limpias, paradisíacas, armónicas. Atrás quedaron las imágenes asociadas tradicionalmente con el trabajo: ya no hay obreros, mamelucos o uniformes, tampoco grises y rutinarios trajes, ni estresantes maletines atiborrados de papeles. No hay enormes fábricas ni oficinas oscuras, hay centros de convenciones, espacios abiertos, ambientes ventilados, sobrios y luminosos. El mundo del trabajo que ofrece la industria laboral es un mundo idílico, estéticamente agradable, con gente joven y bella. Sonrientes y predispuestos los colaboradores conversan distendidos, se forman, juegan, gozan de actividades recreativas en armonía permanente. El mundo del trabajo es un mundo tentador al que cualquiera querría entrar. El mundo del trabajo está hecho a medida para el **empleable** y éste está hecho a medida de ese mundo.

¿Cómo se arma un empleable?

Los avisos clasificados de la industria laboral no ofrecen trabajo, sino que buscan. ¿Y qué es lo que buscan? Un *perfil* determinado. Tradicionalmente los avisos clasificados de los diarios se dividían en “Buscados” y “Ofrecidos”, partición por la cual, en el primer caso aparecían los empleos buscados y en el segundo, la oferta de puestos de trabajo por parte de las empresas o empleadores en general. La industria laboral, por el contrario, a través de los avisos clasificados, está abocada a la *búsqueda* de un *perfil* puntual y particular que ella misma se encarga de formatear.

El trabajo actual, como veíamos, no consiste en “hacer cosas”, sino en controlar, detectar, facilitar, colaborar, integrar; por lo tanto, las habilidades en torno a un *saber hacer* específico se han ido diluyendo y desdibujando, como objeto de la búsqueda, para dejar paso a una especie de *saber ser*. El trabajador como artista ejecutante se deleita en su propia ejecución y está focalizado, no en producto alguno, sino en el mismo acto de estar trabajando/ejecutando (Virno, 2003). El *perfil* buscado/diseñado por la industria laboral, no está llamado a producir con un fin claro y objetivable, sino que está llamado a ocupar un lugar (como un artista frente al público), probablemente provisorio, siempre cambiante dentro de la misma estructura. Esa construcción discursiva de la industria laboral no es un trabajador, ni un empleado, o un desempleado, es un **empleable**.

Trabajador, desde el punto de vista gramatical, es un nombre verbal. Nombre en tanto que es una palabra que sirve para designar “sustancias corpóreas o incorpóreas” y que subsiste sin necesidad de que se le junte otra palabra que la califique y es verbal porque es un nombre que nace de un verbo: trabajar.

Empleado es, gramaticalmente, un participio, que así se llama porque participa del verbo en la formación y significación. Es, además, un participio pasivo, ya que significa pasión y no acción, aunque también podemos suponer que es un participio de terminación pasiva (ado) con significación activa: el que tiene un empleo. El verbo activo “emplear” tiene la propiedad de pasar a adjetivo verbal

(hombre empleado) y también la de ser un adjetivo sustantivado, es decir, usarse como sustantivo (el empleado).

Empleable es, por su parte, un neologismo que surge del cambio de desinencia de la palabra empleado. Si nos atenemos a los aspectos morfológicos, el semantema *empleo*, sumado al sufijo derivativo *ado*, conforman empleado -el que tiene un empleo-. La equiparación del trabajo a su función socialmente definida y codificada ha determinado que se reduzca al trabajo asalariado (Gorz, 2003), de tal modo que *trabajador* y *empleado* se han equiparado. A partir de este corrimiento, el sentido se ha extendido, incluso a la categoría de *trabajador desempleado*.

El sufijo “able” nos indica una posibilidad pasiva: *que puede ser*. ¿El que puede ser empleado? No sólo eso, sino, precisamente, *que puede ser*. Creemos que la fecundidad de esta conceptualización radica precisamente en que deja de manifiesto esa permanente potencialidad, nunca resuelta, nunca puesta en acto en todas sus posibilidades.

Veamos algunos de los *puestos* por los que diferentes empresas encaran, a través de los avisos clasificados, la búsqueda del *perfil* adecuado (aquellos que hace unos años aparecía bajo el rubro “empleos ofrecidos”):

Jefe de servicio de housekeeping
Jefe de contrato facilities management
Senior management
Product manager
Information management analyst-cognos specialist
Analista contable semi-senior
Jefe de control de calidad
Sales responsable senior
Profesionales senior o semi-senior
*Soporte pre-venta*⁵

Ninguno de estos *puestos* hace referencia concreta al trabajo específico a desarrollar. ¿Cuál es el tipo de saber, el oficio -en el sentido más tradicional del término- que debe conocer y manejar el postulante? Ninguno. Lo que se requiere de él es él mismo. Aquello que Sennett señala como la necesidad de poner en juego la propia personalidad en el mundo laboral. La búsqueda está orientada, en cada caso a alguien que sea capaz de *controlar*, de *analizar*, de *soportar*, de ser *responsable* entre otros, junto a otros, frente a otros, con los cuales deberá, además, colaborar. El **empleable** está compelido a colaborar.

El perfil de la búsqueda no se limita a enunciar el puesto a cubrir, es decir, el lugar a ocupar por el **empleable**, sino que se detiene especialmente en las

⁵ Los textos corresponden a avisos clasificados aparecidos en los suplementos **Empleos** del diario La Nación y Clarín.

descripciones de las características -de personalidad, no de oficio- requeridas para encajar en dicho perfil.

Perfil proactivo orientado a múltiples tareas y resolución de problemas.

Competencias valoradas: liderazgo, trabajo en equipo, proactividad, flexibilidad, buen manejo de las relaciones interpersonales y toma de decisiones.

Amplia disponibilidad horaria, predisposición para la atención. Se valorará la actitud proactiva, la aptitud para el análisis y el diagnóstico, el manejo de situaciones críticas, resolución de problemas imprevistos y situaciones complejas.

Personalidad proactiva y dinámica, con fortaleza en las relaciones interpersonales, capacidad de trabajo en equipo y orientada al logro de resultados concretos. Capacidad negociadora y clara visión del negocio son las competencias destacadas que completarían el perfil.

Condiciones de liderazgo y conducción. Orientación al trabajo continuo. Comunicación efectiva. Capacidad para adaptarse a diferentes ámbitos y culturas. Convicción. Habilidades de liderazgo y comunicación. Perfil proactivo orientado a la mejora continua. Apuntamos a un profesional con potencial de desarrollo, iniciativa y automotivación.⁶

La búsqueda y formación de **empleables**, podemos ver, cumple paralelamente otro objetivo, esto es, la descripción de las actuales formas del trabajo. La *capacidad de adaptación* pone de manifiesto que existe una propensión al cambio, la *comunicación efectiva* y el *trabajo en equipo* exigen una permanente colaboración, la *flexibilidad* y *disponibilidad* requeridas presuponen entrega casi completa al trabajo. El *manejo de situaciones críticas*, *resolución de problemas imprevistos* y *situaciones complejas*, por su parte, parecen indicar que el mundo del trabajo no es apto para débiles, que es un mundo sumamente difícil.

El discurso de la **industria laboral** está fuertemente asentado sobre las características del discurso publicitario, bajo las formas de la persuasión y la promesa. La promesa aquí, lejos de ser tentadora, presupone cierta exposición e inestabilidad que la convierten en algo parecido a una amenaza. No obstante, hay cierto grado de circularidad al interior de la industria laboral que provoca constantes reenvíos entre sus distintos eslabones y componentes. Si el trabajo es un bien escaso, los **empleables** son muchos y las habilidades buscadas son de un alto grado de exigencia, es la misma industria la que garantiza (ofrece) las posibilidades de prosecución del saber hacer requerido y premia (ofrece) las posibilidades de su logro. El héroe podrá llegar triunfante y exitoso a su objetivo (un puesto laboral) si es acompañado adecuadamente (por la industria laboral) en su trayecto o recorrido cognitivo.

⁶ Idem.. El subrayado es nuestro.

Los avisos clasificados nos pueden ayudar a pensar, a partir de las metáforas utilizadas, cuáles son las características que configuran el *perfil de la búsqueda*, el tipo o modelo de **empleable**. Si este es un modelo que se construye, toda construcción requiere de un diseño previo, y esto aparece en una larga lista de expresiones metafóricas, a las que llamaremos *metáforas de diseño*, que se refieren al modelo a construir a partir de sus características “técnicas”. De acuerdo a este boceto y, siguiendo diferentes menciones del corpus analizado, un **empleable** debe:

(Tener)

Visión 360ª

Visión global

Sólida experiencia

Mercado alto potencial

Disposición para la escucha

(Ser)

Observador, flexible, capacitado

Emprendedor con foco en negocios

(Ser capaz de)

Ver oportunidades, negocios

Monitorear

Interpretar necesidades individuales y grupales

Interactuar positivamente⁷

Paralelamente, se presenta una serie de *metáforas topográficas* que vienen a dar cuenta de las ubicaciones y posicionamientos del modelo diseñado. Aparece en ellas, insistentemente, la distribución espacial de empresas, de clientes, de secciones, de departamentos, de **empleables**, de productos.

Posiciones de alta exposición

Alta exposición

Inmersión en el ámbito de los negocios

Inserción – reinsertión

Puerta de entrada

Mundo del trabajo

Dos cuerpos no pueden ocupar un mismo espacio al mismo tiempo. Las características de la empresa red, de tipo matricial, sin embargo, se diferencian de las de la empresa u organización tradicional por relativizar viejas concepciones acerca de la relación espacio-temporal. El espacio no parecería ser un problema

⁷ Excepto en los casos en los que se especifica puntualmente, los fragmentos citados corresponden a diferentes formatos (en este caso, avisos clasificados) y dispositivos del corpus analizado.

en este tipo de organización propio de la globalización, en el que no hay un emplazamiento espacial único, fijo y concreto. No obstante, o justamente por ello, el discurso laboral abunda en metáforas sobre el espacio. La *reinserción* presupone una salida previa, ya no de una empresa, una fábrica, sino de un mundo. El *mundo del trabajo* ofrece/requiere *movilidad, rotaciones, exposición* para estar en él, asimismo, para quienes están fuera o han salido temporariamente, les indica cuál es la *puerta de entrada*.

Estas *metáforas topográficas* están fuertemente relacionadas con las de *diseño del empleable*, ya que sólo mediante cierto emplazamiento y conformación de tipo técnico, se pueden realizar los movimientos requeridos. No cualquier tipo de cuerpo está capacitado para rotar, la posibilidad de alineamiento supone ciertas características, la orientación y el enfoque, otras. El modelo debe combinar todas ellas.

Rotaciones en áreas clave
Movilidad propia
Alinear políticas
Enfocado al cliente
Estrategias de posicionamiento
Orientación al trabajo en equipo
Orientación hacia el logro

Una *orientación hacia el logro de objetivos* puede llevar a una *posición de alta exposición*, así como la *rotación en áreas clave*, que exige capacidad de *monitoreo* y *visión global*, permitirá una *inmersión en el mundo de los negocios*.

Las metáforas de la **industria laboral** podrían ordenarse conforme a un proceso de simulación de un suceso mecánico, compuesto de poleas, engranajes interconectados y cintas transportadoras, al modo de una cadena de montaje en la que cada eslabón cumple su función y cada pieza realiza su recorrido pasando de un lugar a otro, a distintas posiciones. La retórica laboral pone en el centro de cualquier posicionamiento a *la persona*. La personalización del discurso laboral, cercana a una ideología narcisista, se entrecruza, paradójicamente, con una búsqueda de competencias y capacidades generales y básicas de la especie humana. Personalización y generalización se yuxtaponen y suceden permanentemente.

El cuerpo mismo aparece involucrado en tanto que objeto de diseño, concebido como una cadena de montaje en el que se encuentran inscriptos los fenómenos de transición de una fase a la otra. Paralelamente, decíamos, ese cuerpo es concebido como el producto de un diseño *ad hoc*, en el que se detallan y moldean sus principales características:

- capacidades sinestésicas (*visión, escucha, observación, foco, monitoreo*)
- capacidad de movimientos y adaptabilidad (*disponible, alineamiento*)
- condiciones de textura y resistencia (*flexible, sólido*)
- capacidades cognitivas (*interpretar, analizar, diagnosticar*).

Si la “mano de obra” actuó durante mucho tiempo como la figura metonímica preponderante sobre el trabajo, hoy son otras las figuras que dan cuenta del mismo y están asociadas más a lo cognitivo y sensorial que a lo manual y, por otra parte, más a lo espacial, en tanto que lugar ocupado en la propia industria laboral, en detrimento del producto -obra- realizado.

La existencia de un esquema del cuerpo pensado como una cadena de montaje en sí mismo implica una propedéutica de la industria laboral que se convierte en condición para el surgimiento de una serie de metáforas sobre el **empleable** y la empleabilidad.

Si en la organización posfordista, siguiendo a Dupuy, los mecanismos de control y seguridad, de pasaje de un lugar a otro, de seguimiento del proceso en su totalidad, no están ya garantizados por la organización; pues entonces “alguien” debe hacerse cargo -hacer cuerpo- de esto. La cadena de montaje tal vez no ha desaparecido como lógica de producción, sino que se ha hecho cuerpo en cada empleable que debe garantizar –desde y a partir de su propio diseño- la continuidad y desarrollo del actual proceso productivo.

El **empleable** es un trabajador de catálogo, un objeto de diseño aparentemente alcanzable y la mayoría de las veces definido metonímicamente a partir de alguna de sus características. Así como es interpelado en tanto que *candidato, talento, postulante, recurso humano, persona* o *gente*, el empleable es también referido a partir de alguno de sus “atributos” o particularidades.

El empleable es un *perfil, un potencial, una personalidad, un currículum*. El empleable es un sujeto en situación de “empleabilidad”, en constante proceso preparatorio que, como destinatario privilegiado construido por la industria del trabajo, está en tránsito. Presenta una temporalidad no puntual, nunca determinada, independientemente de su posición “real” en términos de contratación, inclusión o exclusión en el mercado laboral. El empleable puede o no tener empleo, puede o no ser contratado, ya que, en tanto que empleable, está colocado, no en una posición terminal (como el empleado o el desempleado) sino suspendido entre dos acciones: la situación de certeza a la cual se aspira y una situación de incertidumbre.

En cuanto a la primera situación, enmarcada en el eje del *saber/poder*, presenta las características de absolutización a las que hacíamos referencia, que la ponen en el lugar de la permanente utopía. Con respecto a la segunda, ubicada en el eje del *no saber/no poder*, es precisamente la acción que lo define como lo que es: un empleable.

Este destinatario se mueve constantemente sobre la confianza (saber) y la esperanza (querer), aunque el eje racional parece encontrarse en franca retirada con respecto al volitivo, dejando espacio a una retórica de las pasiones, propia del universo del afecto. Por esto insistimos acerca del modo en que está instituido el

sujeto destinatario del discurso del trabajo: el **empleable** está sobremodalizado por el *querer/hacer*.

¿Estás listo para liderar?

Lo suficiente ya no es suficiente. Certifícate.

Especializarse. La mejor manera de estar en carrera.

Adaptación al trabajo en circunstancias de presión.

El discurso laboral se compone de aserciones, consejos e interpelaciones al destinatario que se informa, se prepara, se califica, se entrena, busca, encuentra y vuelve a buscar, aprende, no sabe, debe saber y no sabe. La incertidumbre puede dejar paso al miedo, el miedo a la desesperación. Pero, como nos recuerda Fabbri, la incertidumbre, el miedo y la desesperación, en tanto que pasiones, se diferencian sustancialmente en cuanto a la temporalidad y el aspecto. La desesperación lleva a la lucha ante la constatación efectiva del peligro, mientras que el miedo no. La incertidumbre, por su parte, genera más incertidumbre.

En tiempos de cambio, donde la incertidumbre es el nombre del juego, el Senior Management usualmente requiere un Profesional externo para ayudarlo a tener mejor entendimiento del entorno, para ser más abierto a nuevas opciones y adoptar mayor profesionalismo y decisiones muy bien balanceadas.⁸

Pareciera ser que, en este sentido, las transformaciones pasionales involucradas en el discurso laboral, tienen que ver, esencialmente, con todas las variantes de la incertidumbre. Un empleable no representa nunca un estado sino una transición. No es una posición sino que está transcurriendo. No es un acto sino pura potencia. No es una certeza sino una proyección. No es presente sino una apuesta a futuro. Un empleable no es tanto lo que es sino lo que puede llegar a ser. El empleable no está afectado en su potencialidad de hacer, sino que está puesto ahí, sostenido en ese lugar en el que es, precisamente, pura potencialidad.

La moderna ética del trabajo, señala Sennett, es el trabajo en equipo, en sentido similar Dupuy sostiene que el fin del “escudo protector” que constituía la organización taylorista-fordista ha dejado a sus miembros en permanente exposición a los ojos de los demás, con quienes, por otra parte, deben colaborar. Con la nueva organización del trabajo “los otros están de vuelta”, entrecorilla el sociólogo francés, y el “problema” ya no es la dependencia vertical, sino las dependencias horizontales que ponen a las personas en el compromiso de formar parte de prácticas cotidianas de confrontación y dependencia (Dupuy, 2006: 31). Si la inmersión permanente dentro de estas prácticas ha debilitado el lazo identificador que los ejecutivos mantenían con sus empresas, al empleable lo ha llevado a aumentar el apego con su propia carrera y empleabilidad.

La presión continua y homogénea a lo largo de toda la vida es la característica que se desprende de un funcionamiento en el que cada parte de un sistema debe

⁸ www.humanoptions.com.ar

acoplarse con otra, aunque no en sentido vertical o lineal como en la antigua cadena de montaje. Este mecanismo de acople se produce sobre la base de la autoacción, en términos de Elías, la interdependencia, el ajuste y la colaboración. Para un empleable la acción no es externa, sino una autodominación regular que rodea el comportamiento “como un aro firme” al modo de un corsé que moldea los cuerpos y las psiquis. El campo de batalla se traslada al interior.

El **empleable** es, ante todo, un sujeto (discursivo) formateado por la propia **industria laboral**, construido por las características genéricas del humano como especie. *Saber comunicarse* con otros, *adaptarse a los cambios*, tener *capacidad de resolución*, *saber manejarse* en momentos de crisis, *tener predisposición*, *disponibilidad*, ¿qué tipo de *saber* se busca allí? Lugares comunes. Sin embargo, toda la terminología construida en torno al nuevo mundo laboral, se presenta como un “lugar especial”, especializado.

Si para acceder a un puesto clave dentro de una empresa u organización hace falta que el candidato tenga *voluntad*, *potencial*, *sepa comunicarse con los demás* y *sepa adaptarse a los cambios*, podríamos decir que prácticamente cualquier persona adulta encajaría a la perfección en ese perfil de búsqueda.

Si leemos el discurso laboral como un gran relato, el resultado de esta lectura no es otra cosa que la búsqueda del hombre en tanto hombre. Al modo del canto homérico, este otro gran relato -performativo- realza las virtudes del género humano (Virno, 2003), de manera autoreferencial y volviéndose siempre sobre sí mismo.

Se pide potencialidad, se ofrece desarrollo de esa potencialidad. Se pide dinamismo, se ofrece entorno dinámico. Se pide talento, se ofrece un encauzamiento de ese talento. Se pide proactividad, se ofrece actividad. Se pide capacidad para la resolución de problemas, se ofrecen situaciones críticas. Se pide flexibilidad, se ofrece flexibilización. Se pide habilidad para manejarse frente al cambio, se ofrece entorno cambiante.

Bibliografía

ARENDR, Hannah. 2003 (1958). *La condición humana*. Buenos Aires: Paidós.

BARTHES, Roland. 1993 (1977) *Fragmentos de un discurso amoroso*. México: Siglo XXI Editores.

BERARDI, Franco. 2003. *La fábrica de la infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Madrid: Traficante de sueños. 2003, en www.sindominio.net

-----2007. *El sabio, el mercader y el guerrero. Del rechazo del trabajo al surgimiento del cognitariado*. (Traducción al español de Álvaro García-

Ornaechea) Editorial Acuarela & A. Machado. Extret ps. 261-262. 2007) en www.sindominio.net

BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Eve. 2002. "Introducción general: del espíritu del capitalismo y del papel de la crítica" en *El nuevo espíritu del capitalismo*. Editorial Akal, en <http://www.sindominio.net/unomada/boltanski/>

CASTELLS, Manuel. 1997. *La era de la información. Volumen I*. Barcelona: Alianza.

-----1998. *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. La Factoría, N° 7, octubre de 1998. www.lafactoriaweb.com/articulos/castells7/htm

CASTRO, Edgardo. 2004. *El vocabulario de Michel Foucault*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

DUPUY, François. 2006. *La fatiga de las élites*. Buenos Aires: Manantial.

ELÍAS, Norbert. 1994. *El proceso de la civilización*. México: Fondo Cultura Económica.

FABBRI, Paolo. 2000. *El giro semiótico*. Barcelona: Editorial Gedisa.

FOUCAULT, Michel. 1998 (1976). *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber*. México: Siglo veintiuno editores.

-----2004 (1969). *Arqueología del saber*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores

GORZ, André. 1997 (1988). *Metamorfosis del trabajo*. Madrid: Editorial Sistema.

-----2003 (1997). *Misérias del presente, riqueza de lo posible*. Buenos Aires: Paidós.

HARDT, Michael y NEGRI, Antonio. *Imperio*. 2000. Traducción de Eduardo Sadier de la edición de Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts. Difusión gratuita por Internet <http://www.chilevive.cl>

HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor. 1988 (1944) "La industria cultural, iluminismo como mistificación de masas" en *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires: Sudamericana.

KURI, Carlos. 1994. *Introducción al psicoanálisis*. Rosario: Homo Sapiens.

MARAZZI, Christian. 2003. *El sitio de los calcetines*. Madrid: Akal.

MARX, Karl. 1995. *El Capital* T1-Vol. 3. México: Siglo XXI Editores.

MUMFORD, Lewis. 1982. *Técnica y civilización*. Madrid: Editorial Alianza.

RORTY, Richard. 1983. *La filosofía y el espejo de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.

SENNETT, Richard. 2001. (1974, 1976) *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones Península.

-----2002. *La corrosión del carácter*. Barcelona: Editorial Anagrama.

VERÓN, Eliseo. 1983. *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa.

-----1985. "El análisis del 'contrato de lectura': un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los media" en *Les mèdias: experiències, recherches, actuelles, applications*, IREP, París, Traducción de Lucrecia Escudero.

-----1987. *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

-----2001. "El living y sus dobles, arquitectura de la pantalla chica" en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires. Editorial Norma.

VIRNO, Paolo. 2003. *Gramática de la multitud*. Buenos Aires: Colihue.

-----2004. *Cuando el verbo se hace carne. Lenguaje y naturaleza humana*. Buenos Aires: Cactus: Tinta Limón.

WEBER, Max. 2003 (1905) *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

WILLIAMS, Raymond. 2003. *Palabras Clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.