

La situación de los profesionales en el campo de la Economía y los Negocios.

Relaciones y posiciones. Caracterización de los profesionales en el periodismo especializado.

Jornadas Nacionales sobre Estudios Regionales y Mercado de Trabajo.

Red SIMEL - Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET). La Plata, 10 y 11 de Junio de 2010.

Lic. Matías Federico Milia. Universidad Católica de Santa Fe. Echagüe 6151 (3000)

Santa Fe. Eje temático N°5: Nuevas configuraciones productivas en espacios regionales globalizados.

1. Introducción

Los cambios sociales, económicos y culturales operados durante los años noventa no nos son extraños a los observadores contemporáneos; de hecho, algunas de las más grandes transformaciones operadas durante aquellos años se han convertido en características estructurales de nuestra sociedad actual. Nuestro trabajo pretende avanzar sobre uno de los aspectos que moldeara en aquellos momentos la vida nacional a los fines de reconocer allí algunas de las líneas guías que, en su grado actual de desarrollo, constituyen una parte esencial del escenario laboral argentino contemporáneo, sobre todo, en lo que se refiere a la construcción en el imaginario de los profesionales como agentes de producción y reproducción social.

Nuestra apuesta es por avanzar sobre lo que hemos dado en llamar el campo social de la 'economía y los negocios'. Basándonos en la teoría social de Pierre Bourdieu (1988, 1990, 1991, 1997, 1999a, 1999b) hemos definido este particular espacio de la vida social como aquel dedicado al análisis, pronóstico e interpretación de las condiciones económicas en

relación a las potencialidades existentes para '*hacer negocios*', es decir, para acumular capital económico en una determinada configuración espacio-temporal de las fuerzas sociales y productivas. Pero donde, también, los actores participantes de este campo logran hacer un usufructo 'diferencial' de sus capitales económicos y culturales en base a la legitimidad investida a través de los mecanismos de consagración propios del campo, al mismo tiempo que usufructúan la red duradera de relaciones o 'capital social' que dicha posición en este 'microcosmos social' implica.

Como en cualquier campo social, existen posiciones desiguales entre sus actores. Estas posiciones desiguales se transmiten, condensan y transforman en el discurso y es desde luego allí donde pueden ser analizadas y estudiadas. Al igual que otros campos sociales, como el de la medicina o psiquiatría, el de la 'Economía y los Negocios' cuenta con mecanismos que regulan la aparición de los discursos. Para descubrir y traer los mismos hacia la luz trabajaremos con la teoría de Michael Foucault (1992, 1999, 2008a, 2008b) buscando traer al orden del discurso algunas de las 'luchas, victorias, heridas, dominaciones y servidumbres' que versan sobre los propios trabajadores de 'cuello blanco' caracterizados por el periodismo especializado en medio de la gran transformación neoliberal de principios de los noventa. De esta forma, nuestra investigación avanzará entonces sobre las particularidades inherentes a la presentación y representación de los Profesionales durante el primer trimestre de 1994 en la Revista Mercado.

En nuestro recorrido presentaremos en primera instancia algunas de las nociones del campo social de la 'Economía y los Negocios', buscando sentar allí las bases y relaciones necesarias para fundamentar nuestro análisis posterior. Dentro de este campo trabajaremos sobre la organización interna del campo en productores, consumidores e intermediarios, apuntando a comprender el rol de los profesionales en relación a los principales agentes con quienes estos comparten el campo. Aprovecharemos la ocasión para mencionar algunas particularidades sobre las llamadas 'usinas de pensamiento' y la construcción discursiva del neoliberalismo, que nos aportarán nociones claves para nuestras observaciones. Buscaremos luego soslayar las principales cuestiones vinculadas a la metodología del estudio que hemos realizado para luego presentar nociones sobre el

periodismo especializado. Ya metiéndonos más de lleno en el análisis propiamente dicho sentaremos las bases para establecer las condiciones de producción del discurso de la Revista Mercado en referencia a los profesionales, trabajando sobre las transformaciones socioproductivas y el denominado ‘quiebre’ de la clase media. Esto nos permitirá situar a los profesionales en relación a los demás agentes del campo y en relación al propio capital específico del mismo.

2. El campo de la EyN y su Formación Discursiva

Este ‘particular espacio’ lo nombraremos *campo* siguiendo a Bourdieu (1987 en Gutiérrez 2002:31) en tanto se constituye como un *espacio de juego histórico* con instituciones y leyes de funcionamiento *propias* al mismo, mientras sus miembros articulan estrategias para la defensa, acumulación y conquista de ese *interés* alrededor del cual se ha constituido el mismo. Este objetivo común en torno al que se organizan los distintos universos sociales lo identificamos como *capital* y es determinante de las relaciones sociales tal como las entiende Bourdieu.

Es importante comprender el rol que abarca este campo que hemos delimitado en torno a los fenómenos económicos y del mundo de los negocios –y su formación discursiva-, el cual no es ni más ni menos que el epicentro del sistema neoliberal, al menos, en la configuración social de la Argentina de principios de los noventas. Por esto resulta valioso tomar en cuenta que si bien estas actividades también son abordadas con ciertas pretensiones científicas y sistemáticas –por lo que también se las llama ‘ciencias empresariales’ o ‘ciencias de la administración’- el rótulo que hemos decidido aplicarles de ‘economía y negocios’ busca darle forma a este peculiar influjo modernizador con el que han obrado en la Argentina y su poderoso rol como agente clave en las transformaciones sociales, políticas y culturales en el país de finales del siglo veinte.

Asimismo, también busca dar cuenta de un funcionamiento particular que acerca más sus consignas a un quehacer práctico y no a una dimensión teórico-analítica de gran desarrollo y coherencia. Aunque se pueda argumentar que la economía y el estudio de la misma constituyen en sí un campo social por sí mismas, en lo que a nuestro análisis refiere el

interés se centra sobre el fenómeno por medio del cual un número determinado de agentes sociales lucha por definir la ‘mejor manera’ de ‘hacer negocios’, y en este planteo la economía está al servicio de la actividad empresarial, mayormente financiera, y no a un análisis acabado de la administración de los bienes escasos. Nos hemos centrado, entonces, en la conformación y análisis de este campo que hemos llamado ‘Economía y Negocios’ en un ímpetu por dejar plasmado este fenómeno desde una óptica realista, que sea capaz de tomar en cuenta la compleja red de relaciones objetivas existentes entre actores de este campo y la conformación de un nuevo modelo social y cultural –y de profesionales- para nuestro país.

Mientras que otras denominaciones serían más específicas y exhaustivas, es cierto, el hecho de trabajar sobre la plataforma de la ‘economía y los negocios’ permite comprender mejor el humor de aquellos tiempos y el verdadero rol asignado a estos conocimientos en la construcción y consolidación de la nueva sociedad argentina. Por esto es que nuestro estudio y la construcción de la formación discursiva de la Revista se vuelve pertinente a la hora de comprender mejor el afianzamiento de un consenso de inspiración neoliberal en torno a nuevas concepciones –y percepciones- de los profesionales como actores en un proceso de transformación de la economía nacional.

Para comprender mejor este nuevo escenario para la producción de sentido y las nuevas configuraciones del mismo bajo el influjo de este campo avanzaremos sobre un concepto propuesto por Michael Foucault (1992, 2008a), el de *Formación Discursiva*. Esto nos permitirá interiorizarnos sobre las restricciones y disposiciones ejercidas sobre el discurso. Lo que entenderemos como Formación Discursiva es complementaria a la noción de los discursos sociales propuesta por Eliseo Verón (2004) -y sobre ella también se encuentra claramente afirmada nuestra investigación-. Tal es la estrecha relación de estos constructos que: “El concepto de red discursiva está ligado por el mismo Foucault al de formación discursiva, que es la que establece los límites precisos de lo que puede o no decirse, y cómo debe decirse lo que está permitido decir...” (Raiter 2003:66).

De esta forma, en el llamado ‘mercado lingüístico’ (Bourdieu 2003), ciertos actores en posiciones desiguales con capitales –y poderes- desiguales producen discursos con distinto

valor dentro de este mercado. De hecho “...en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad.” (Foucault 1992:5). Estos procedimientos son los que se ponen en funcionamiento en la configuración de una Formación Discursiva, los que la configuran y determinan. Como nos aclara la definición que Foucault (2008a:48) realiza del concepto:

“En el caso de que se pudiera describir, entre cierto número de enunciados, semejante sistema de dispersión, en el caso de que entre los objetos, los tipos de enunciación, los conceptos, las elecciones temáticas, se pudiera definir una regularidad (un orden, correlaciones, posiciones en funcionamiento, transformaciones), se dirá, por convención, que se trata de una formación discursiva”

Al hablar de Formación Discursiva, Foucault busca establecer una unidad de análisis capaz de amalgamar esas regularidades que definen las posibilidades discursivas de cualquier emisión lingüística actualizada dentro de relaciones y desde posiciones sociales dinámicas y duraderas. Por esto decimos que esta Formación no se convierte en una constante, ella cambia, muta, y, en definitiva, se convierte en un producto vivo y dinámico inserto en las relaciones y prácticas sociales. Por eso, iremos a la búsqueda de esas características recurrentes que demuestren continuidades y rupturas, tras esa unidad históricamente constituida por “...el conjunto de lo que ha sido dicho en el grupo de los enunciados que la nombraban la recortaban, la describían, la explicaban, contaban sus desarrollos, indicaban sus diversas correlaciones, la juzgaban, y eventualmente le prestaban la palabra, articulando en su nombre discursos que debían pasar por ser los suyos.” (Foucault 2008:47).

2.1. Bases para la identificación de la economía y los negocios como campo social.

En el caso de la Economía y los Negocios la constitución de un campo confirma la existencia de un elemento lo suficientementepreciado para que se establezca en torno a él un mecanismo de asignación y conquista. Así, entre distintos participantes toma forma un

sistema dinámico para la adquisición y reproducción de un bien simbólico que asimismo permite a estos participantes poner en juego dentro de él habilidades y capacidades hasta entonces improductivas, ilegítimas e insignificantes a los fines de la actividad social toda. Como explican Bourdieu y Waquant (2005:152) *“El valor de una especie de capital depende de la existencia de un juego, de un campo donde tal competencia pueda ser utilizada: una especie de capital es aquello que es eficaz en un campo determinado”*

Esos distintos grados de posesión del capital específico de un campo otorgan a los actores capacidades diferenciales de influir, alterar o reformar, en relación a las estrategias desplegadas, tanto el campo en cuestión como el espacio social general. La ‘eficacia’ de un tipo de capital en un campo social determinado que plantea la cita es esa potencialidad de alterar las relaciones sociales que son constitutivas de los bienes simbólicos y reales sobre los cuales giran estos *‘microcosmos sociales relativamente autónomos’* (Bourdieu y Waquant 2005:150).

Es importante entender que las relaciones entre los actores son, en última instancia, las que definen la estructura del campo (Bourdieu y Waquant 2005:152) y que las luchas en el seno de estos campos modifican su estructura. Este hecho es el que vuelve a los campos estructuras dinámicas o ‘estructuras estructuradas estructurantes’ (Von Sprecher 2006). Las llamadas estrategias de los actores son planes, más o menos consientes, para adjudicarse el dominio de ese capital en juego. Pero no sólo eso, de hecho, estos jugadores que participan voluntariamente del juego planteado en el campo pueden “...trabajar para cambiar el valor relativo de fichas de diferentes colores, la tasa de cambio entre diversas especies de capital, a través de estrategias que apunten a desacreditar la forma de capital en la que reposa la fuerza de sus oponentes y valorizar las especies de capital que poseen en abundancia.” (Bourdieu y Waquant 2005:153).

Este es el caso de nuestro país, donde a principios de la década del noventa, mientras se llevaban adelante reformas liberalizantes de la economía, se consolidó un campo social en torno a la ‘Economía y los Negocios’ cuando una serie de actores e instituciones se involucraron en la puja por el *capital conocimiento en economía y negocios*. Directa o indirectamente la ascendencia de nuevas caracterizaciones de actores y procesos sociales -

como la de los profesionales que es eje de este análisis- tuvo como correlato un reacomodamiento de las posiciones relativas de los campos y una retirada de los capitales tradicionales vinculados al ‘estado benefactor’, que desde 1975 ya se encontraba en retroceso, y que a partir de 1990, luego de las reformas liberales del gobierno justicialista, terminaría por replegar al máximo su rol como mediador social.

Como hemos visto desde entonces, la llamada *autonomía relativa de los campos* (Bourdieu, Waquant 2005) comenzó a correr su eje hacia una la consolidación del *capital económico* como principal ‘moneda de cambio’ entre los distintos capitales, experimentándose también transformaciones con altos grados de homología a la liberalización económica en casi todos los principales campos sociales (educativo, cultural, sindical, simbólico, etc.). Este rol ascendente del *capital económico* en el espacio social general trajo aparejado un fuerte interés por las herramientas teóricas y conceptuales para capitalizar las nuevas condiciones económicas, es decir, para ‘hacer negocios’. Discursivamente, fueron posicionadas ante el gran público como las herramientas de reforma para una sociedad ‘prisionera’ de la improductividad y la ineficiencia por los propios actores dominantes del campo de la EyN.

Este terreno de juego entonces se articula alrededor de lo que llamamos *capital conocimiento en economía y negocios* (KCEyN), el que se convierte en la representación y transmisión de una socialmente reconocida experticia en la administración y predicción de las conductas en el nuevo mercado capitalista.

Como explican Bourdieu y Wacquant, las relaciones planteadas dentro de un campo determinan la distribución de las utilidades resultantes de dicha asociación:

“Un capital no existe ni funciona salvo en relación con un campo. *Confiere poder al campo, a los instrumentos materializados o encarnados de producción o reproducción cuya distribución constituye la estructura misma del campo y a las regularidades y reglas que definen el funcionamiento ordinario del campo, y por ende a los beneficios engendrados en él.*” (2005:155)

A diferencia de otras ciencias, en este caso el KCEyN se encuentra menos ligado a

métodos científicos que a complejos mecanismos de consagración y valoración simbólica. El conocimiento tal cual es planteado en el campo de la Economía y los Negocios (EyN) tiene que ver con la producción y reproducción de condiciones favorables para el florecimiento del capitalismo como sistema de generación y acumulación de riquezas, y en la generación de escenarios propensos para la aplicación de estas consignas. Por esto la conformación de un campo en torno a estos intereses en la Argentina sobre el último cuarto del siglo veinte tiene un fuerte efecto en las estructuras simbólicas y materiales (Bourdieu y Wacquant 2005:154) de los demás campos y es un importante complemento y herramienta de la transformación social excluyente obrada en la argentina desde los noventa en adelante (Svampa 2005).

2.2. Organización del Campo. Rol de los profesionales.

El rol de los profesionales dentro del campo de la economía y los negocios se encuentra durante esta temprana etapa del desarrollo neoliberal en la argentina subordinado al exclusivo consumo de su capital específico. Dado que en lo que respecta a la producción de Conocimiento en Economía y Negocios, el protagónico rol de las ‘universidades privadas nuevas’ (Plotkin 2006), las usinas de pensamiento y el importante número de expertos internacionales –los llamados ‘gurúes’ del Management- que visitaron el país - muchas veces invitados por las propias universidades- consistieron algunos de los principales canales para la generación de una masa crítica de dicho capital en la república argentina.

La articulación de prácticas de intermediación dentro del Campo de la Economía y los Negocios estuvo sobre todo vinculada a las editoras de libros de economía y negocios dedicadas a seleccionar y traducir textos producidos en el extranjero, mayoritariamente en los Estados Unidos; a los medios periodísticos de divulgación como las revistas Mercado, Gestión, Apertura y Fortuna, entre las más significativas; y a los diarios económicos como El Cronista Comercial, Ámbito Financiero y, desde 1998, Buenos Aires Económico. Pero también a medios periodísticos menos especializados, que durante los tempranos noventa comenzaron a repensar la aproximación a los fenómenos económicos, cambiando desde la crónica económica-política a la presentación de información, análisis y proyecciones

orientados a una nueva ‘comunidad de negocios’ argentina.

Otros importantes intermediarios se fueron constituyendo en torno a las instituciones educativas con la adaptación de las currículas en universidades públicas y privadas, y casi marginalmente con la creación de universidades privadas en una fuerte sintonía con el modelo liberal de las ciencias económicas y de la gestión como intervención aséptica y no-ideológica en la realidad (Plotkin 2006:121-123).

De esta forma vemos como el KCEyN opera como una producción de sentido clave para la concreción de las transformaciones sociales y económicas de nuestro país, originadas en las consignas neoliberales que se impusieron en gran parte de la periferia durante la década del noventa. La producción de este capital conocimiento en sus diferentes formas y a través de sus diferentes actores es un proceso que nos permitirá comprender como a través del discurso fue posible construir una nueva imagen de los profesionales, enmarcada en un consenso hegemónico que permitiría el auge del campo de la economía y los negocios como una importante herramienta en la reconfiguración social y económica de la argentina durante los noventa.

2.3. Consumidores del Capital específico del Campo de la Economía y los Negocios

Desde nuestro planteo teórico la existencia en las sociedades modernas de procedimientos de exclusión que regulan los discursos (Foucault 1992:11-12) es ineludible. Por tanto, la red de relaciones objetivas encargadas de configurar el campo de la Economía y los Negocios (Bourdieu 2005:150) durante el primer lustro de la década de los noventa asignó una escasa, si no nula, participación a los actores económicos locales, sobre todo los pequeños y medianos, en la configuración de lo que hemos dado en llamar Capital Conocimiento en Economía y Negocios (KCEyN). Este proceso en el cual los nuevos estudiantes universitarios, profesionales liberales, empresarios pyme y mandos medios –activos y cesantes- de las grandes empresas privatizadas -pero también de las empresas nacionales y multinacionales con presencia en el país- debieron readaptar sus estrategias, en tanto conjunto de disposiciones no necesariamente conscientes orientadas hacia la acción vinculadas a la posición relativa de los agentes dentro del espacio social

general y el propio campo (Bourdieu 2005:151-155), a la nueva configuración social de movilidad descendente requirió su incorporación al campo en condiciones no negociables: como consumidores del KCEyN producido y puesto en circulación desde las nuevas universidades privadas, los gurús internacionales, las empresas trasnacionales y los think tanks.

En este sentido, la conformación del Campo Social de la EyN funcionó como un correlato al proceso de apertura y reforma, económica y social, puesto en marcha en la argentina a partir de 1989 –cerrando el círculo que comenzara en 1976- con la masiva transferencia de los activos sociales a manos privadas, con la apertura de la economía y la reconfiguración social bajo el signo de la exclusión. Los puntos de encuentro entre ambos procesos son muchos, al punto tal que los hemos tomado como complementarios. La reestructuración socioproductiva de nuestro país y la consolidación de un campo desarrollado de la Economía y los Negocios con un amplio espectro de consumidores pasivos fueron dos procesos impensables el uno sin el otro en los términos que se sucedieron. De esta forma, la concentración de los distintos capitales económicos, sociales y simbólicos –quizás el capital cultural fue el único que quedase al margen de este fenómeno, convirtiéndose asimismo en un refugio para las clases medias empobrecidas- que se sucediera, se produjo también en el seno del Campo de la EyN donde un exclusivo círculo de actores relacionado con los centros de conocimiento extranjeros, en su gran mayoría estadounidenses, consolidaron posiciones dominantes en sus relaciones objetivas con los demás agentes e instituciones.

De esta forma la inclusión en el Campo de la EyN, como en la mayoría de los campos sociales desde la década del noventa en adelante, se articuló en torno al consumo de dicho capital. Así, los distintos actores que paulatinamente se fueron incorporando al campo como consumidores lo hicieron mediante la cesión de distintas porciones de sus capitales sociales y simbólicos, estando el económico, por lo menos en esta primera instancia, en el mismo nivel de importancia de los anteriores, sobre todo por su rol en el ensanchamiento de la base de legitimación del campo.

En un contexto en el que las empresas estatales, antes, durante y luego de las

privatizaciones, sufrieron reestructuraciones de inimaginables proporciones (Azpiazu, Basualdo 2004) con miles de operarios, técnicos y mandos medios como participantes inevitables del mercado en toda su expresión –laboral como desempleados, empresario como emprendedores- en el cual nunca habían participado poco y nada, el campo de la EyN funcionó disciplinando los distintos actores a las nuevas condiciones imperantes. Por un lado, estaban aquellos que buscaban trabajo, encontrándose que necesitaban ‘actualizarse’ a las nuevas tendencias del mercado laboral que les exigían distintos niveles de ‘experticia’. Como explicaba la Revista Mercado, en su número de Julio de 1992:

“...el conocimiento y la formación profesional serán las ventajas competitivas primordiales del siglo XXI. (...) el desarrollo de la Argentina... ...[depende] de la posibilidad de contar con expertos en ciencias sociales, políticas y económicas, que estudiaran la realidad nacional, hicieran diagnósticos científicos y pudieran asesorar al mundo político y empresario en la toma de decisiones.” (Mercado 1992a).

Por otra parte, se encontraban los trabajadores expulsados de empresas públicas y privadas reestructuradas, quebradas o simplemente cerradas luego de las políticas de privatizaciones y apertura comercial, indemnizados y volcados hacia la actividad empresaria como ‘emprendedores’, contexto en el cual se esperaba, desde los centros de poder, que “...a partir del autoempleo se genere un paulatino proceso de acumulación liderado por los más emprendedores, y la incorporación al sector capitalista de un número creciente de micro, pequeñas y medianas empresas.” (Arceo 2006). En tercera instancia encontraríamos profesionales liberales y sectores del empresariado nacional mayormente vinculado a actividades de pequeña y mediana escala. Las profesiones liberales tenderían hacia el cambio con la modificación de las relaciones entre los distintos campos profesionales con la inserción de nuevas metodologías y actores (Plotkin 2006), con fuertes modificaciones simbólicas y un mayor peso del Campo de la Economía y los Negocios en su relación con las demás profesiones. Se pueden identificar estas transformaciones en indicadores como la inclusión de vocablos extranjeros relacionados a las escuelas de negocios en el vocabulario profesional y la necesidad de capacitarse en Marketing o Management y con la articulación de un nuevo mercado lingüístico en torno a estas

expresiones.

3.3.1. Ejecutivos reconvertidos.

Como ya explicamos con anterioridad en el apartado referido a la consolidación del campo de la Economía y los Negocios, la falta de eficiencia, competitividad y productividad dentro de las empresas no era un exclusivo patrimonio de las empresas públicas a ser privatizadas, por más de que esta haya sido la imagen presentada a los públicos masivos y que hasta cierto punto todavía se conserva en la memoria colectiva, como explican Azpiazu y Basualdo (2004:1-2) "... [el consenso social para avalar las privatizaciones fue] construido tanto a partir del deterioro acumulado en la calidad de la prestación de los servicios, como de la acción mediática promovida por los sectores afines a las mismas.". Por otra parte, ya sobre finales de la década del ochenta, enmarcada en el fenómeno latinoamericano de importante estancamiento en la inversión y el crecimiento durante toda la década del ochenta (Gerchunoff y Llach 1998:387), la economía argentina mostraba una significativa falta de dinamismo evidenciada pronunciada caída de la inversión bruta interna (Gerchunoff y Llach 1998:391); en este escenario sus recursos humanos -eufemismo utilizado para referirse a la mano de obra en todos sus niveles de calificación y responsabilidad- no eran la excepción.

En las empresas estatales, donde nunca había primado una lógica de eficiencia en la planificación de sus actividades e incorporaciones y había parecido imponerse el 'habito negativo' de conseguir adeptos políticos a través del empleo (O'Donnell y Rock 2006) sobre cualquier otro tipo de lógica organizacional, no existían programas de formación de dirigentes. La otra vereda de la economía no era tan diferente, en las empresas privadas, luego de años de estancamiento donde, por ejemplo, la producción fabril estuvo estancada desde 1974 hasta 1993 (Schvarzer 1998:24), pocas contaban con suficiente personal jerárquico capacitado, y menos con directores ejecutivos al nivel de los que tenían empresas similares en otras partes del mundo.

De esta forma, durante los tempranos noventas se emprendieron acciones en las empresas privadas para la jerarquización de los cuadros técnicos, la reconversión de los mandos

medios y la capacitación de ejecutivos. La internacionalización, también se hizo presente con en este sector del mercado laboral por ‘contagio en el medio empresario’: “Entre los estímulos originados en es[t]a dirección se cuenta el estímulo generado por... ..el ejemplo de las empresas que llegaron al país para operar los servicios privatizados...” (Schvarzer 1998:203). En este sentido, ya promediando el primer trienio de la década del noventa se evidenciaba un accionar para la ‘jerarquización de los cuadros técnicos y mandos’, pregonando ‘la hora del marketing’, promoviendo ‘reestructuraciones’ y reportando la ‘importación de ejecutivos’ (Mercado 1992b).

La Revista Mercado, que dedicó un la tapa y un importante dossier de su edición de Enero de 1992 para tratar el tema, modelizaba en dicha producción periodística los perfiles anteriores de gerencia oponiéndolos a las nuevas características que debían tener los nuevos cuadros empresariales. De este perfil expuesto por la Revista Mercado es posible concluir, por un lado, que la transformación en término de condiciones laborales, remuneraciones y número de ejecutivos, empleables y empleados, había disminuido para ese entonces significativamente en el sector de la gerencia media. Allí se concentrarán consumidores por necesidad del KCEyN como una estrategia de adaptación y un intento de cambio de las disposiciones adquiridas. Sin embargo, la competencia en este espacio sería difícil y la durabilidad de dichas disposiciones devendría en el retraso o desfase respecto de las condiciones objetivas del campo laboral. El fenómeno conservar las propiedades adquiridas bajo un ordenamiento pasado y caduco de las fuerzas sociales, el llamado Efecto Don Quijote, sería aquello que primordialmente definiría la percepción de esta situación (Bourdieu 1990:157) para un importante número de actores que asumiría posiciones reaccionarias hacia el nuevo campo de la economía y los negocios. Como segunda conclusión, y en sintonía con lo dicho anteriormente, las promociones de los llamados técnicos y mandos medios aparecen condicionadas a la capacitación, o sea la adquisición y consumo de KCEyN, y la juventud como garante de la flexibilidad en la adaptación de las nuevas normas y valores planteadas desde los centros de producción de dicho capital.

En última instancia es importante resaltar que las gerencias de área y las altas gerencias

mantienen una relación más igualitaria en la adquisición y consumo del KCEyN, funcionando como modelos, exaltados por el campo de la EyN, como inspiración para los mandos subalternos.

3.3.2. De obreros a empresarios: el emprendedurismo como alternativa al desempleo.

Durante la década de los noventa el mercado laboral experimentó una transformación que siguió el desarrollo de los acontecimientos sociales y económicos. Así, la concentración económica en torno a actores económicos tradicionales y de cierto tinte conservador (Basualdo 2006) y la masiva transferencia de activos públicos a manos privadas (Azpiazu y Basualdo 2004), significaron, traducidos al ámbito laboral, importantes despidos o ‘racionalizaciones de personal’ en empresas privatizadas e industrias manufactureras de mano de obra intensiva. De hecho esta transformación fue equivalente a un proceso de “...‘desindustrialización’, concentración y centralización del capital, predominio de la valorización financiera, caída de los salarios, desempleo y precarización laboral, distribución regresiva del ingreso y fragmentación social.” (Schorr 2002:11) que marcó significativamente el mercado del trabajo en la Argentina.

Como demuestra un informe del Ministerio de Economía (1995) durante los primeros cinco años de la década el desempleo aumentaba y, al mismo tiempo, la población económicamente activa se incrementaba al doble de su ritmo durante los años ochenta, y a una tasa significativamente mayor que el crecimiento vegetativo del país. Así, mientras las condiciones de vida de millones de familias se pauperizaban en silencio (Minujín 1992:25-33) miles de esos ex – trabajadores contaban con un pequeño capital de liquidez para insertarse en la ‘nueva economía de mercado’, esta vez, como capitalistas. Así, esta transformación ‘de obreros a empresarios’ plantó un gran desafío para miles de argentinos, “...convertir la indemnización en una inversión productiva capaz de generar autoempleo significaba “...un giro copernicano para la mayoría de los trabajadores”.” (Daza 2001:159; en Bergesio, Golovanevsky y Marcoleri 2008:3).

La generación extendida de nuevos cuentapropistas y microempresas significó en el

nuevo escenario económico liberal un ensanchamiento en los consumidores del KCEyN. Estas nuevas empresas se caracterizaban por un gerenciamiento no profesionalizado, una escasa agilidad de reacción, alta motivación, falta de interés por la sistematización, de planificación implícita pero no escrita, y una desestimación de la información asentada en registros contables o financieros a la hora de tomar decisiones. (Bergesio, Golovanevsky y Marcoleri 2004:8-9). Así, la incorporación de materiales de divulgación e incorporación del Capital Conocimiento en Economía y Negocios (KCEyN) cumplió un rol fundamental en la lectura de estas nuevas estrategias para el progreso económico y social que, en muchos casos, significaría un imposible para miles de argentinos incapaces de modificar de lo suficientemente rápido y profundo sus estructuras sociales subjetivas. La significativa mayoría de estos actores se vieron limitados en su accionar a sectores periféricos de la actividad comercial, sobre todo polirrubros minoristas, y de servicios, al sector de servicios con la proliferación de Remisses y actividades orientadas a la atención de aquellos con mayores niveles de ingreso y mejor poder adquisitivo.

3.3.3. PyMEs

El cambio de la realidad económica y la primarización de la estructura productiva desde las reformas liberales introducidas por el proceso de reorganización nacional, tuvo su corolario durante el gobierno justicialista de Carlos Saúl Menem. Los mismos aspectos mencionados más arriba, sobre todo la desindustrialización, la concentración y centralización del capital, la valorización financiera y la fragmentación social, (Schorr 2002:11) alteraron significativamente la situación de las PyMEs argentinas. Pero estas fueron en realidad consecuencias de las nuevas reglas económicas. Las pequeñas y medianas empresas se vieron afectadas, sobre todo, por un aumento de la competencia en el mercado interno, al cual estaban volcadas en su gran mayoría de ellas, operazonalizado por medio de las desregulaciones, la apertura de las importaciones y la reducción de trabas arancelarias y para-arancelarias, como el congelamiento del tipo de cambio (Rapoport 2000:980-981).

En este escenario, las herramientas de adaptación ofrecidas por el Campo de la Economía y los Negocios se presentaron como los instrumentos que permitirían a las PyMEs no sólo

continuar con su actividad, si no participar de las bondades y beneficios que el nuevo modelo planteaba. Las estrategias del campo para la incorporación de estos actores estuvieron centradas en "...acercar a las Pymes a los más modernos conceptos de comercialización y promoción.", con 'soluciones rápidas y pragmáticas' (Mercado 1995).

Con la entrada de capitales extranjeros en el país, cada vez más, la participación en cadenas de valor industriales, comerciales y de servicios estuvo sujeta a la incorporación de las empresas al campo de la Economía y los Negocios, como ejemplifica la Revista Mercado (1995) "Kellog Argentina trabajó a nivel de distribuidores y comercializadores (todos ellos Pymes) para lograr la capacitación de los que van a vender. Enseñaron nociones básicas para una mejor administración, así como estrategias de merchandising.". De esta forma, las PyMEs argentinas establecieron de consumidores dentro del Campo de la Economía y los Negocios, funcionando como dominadas-dominadas, ya que no poseían acceso a la producción y distribución de KCEyN.

3. Breves consideraciones sobre la metodología de nuestro estudio.

Por lo tanto, se construirá la Formación Discursiva del Campo de la Economía y los Negocios donde la publicación que analizaremos (Revista Mercado), en tanto institución comunicativa agente en un subcampo del periodismo especializado en 'economía y negocios', es generadora de sentido sobre los profesionales, como consumidores de este nuevo Capital Conocimiento en Economía y Negocios. Asimismo, siendo esta formación el objeto central del análisis, prestando especial atención a como "Los enunciados diferentes en su forma, dispersos en el tiempo, constituyen un conjunto si se refieren a un solo y mismo objeto." (Foucault 2008:47), se podrá construir a partir de esta referencia la unidad de análisis que aquí planteamos.

Avancemos entonces sobre el concepto de Foucault. Ya hemos dejado claro los discursos se configuran en un sistema de relaciones o red discursiva (Verón 2004), lo que entenderemos como Formación Discursiva es complementario a esta idea y se encuentran estrechamente vinculados: "El concepto de red discursiva está ligado por el mismo Foucault al de formación discursiva, que es la que establece los límites precisos de lo que

puede o no decirse, y cómo debe decirse lo que está permitido decir...” (Raiter 2003:66).

Ya lo comentábamos al referirnos al llamado ‘mercado lingüístico’ (Bourdieu 2003), de que ciertos actores en posiciones desiguales con capitales –y poderes- desiguales producen discursos con distinto valor dentro de este mercado, de hecho “...en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad.” (Foucault 1992:5). Estos procedimientos son los que se ponen en funcionamiento en la configuración de una Formación Discursiva, los que la configuran y determinan. Como nos aclara la definición que Foucault (2008a:48) realiza del concepto:

“En el caso de que se pudiera describir, entre cierto número de enunciados, semejante sistema de dispersión, en el caso de que entre los objetos, los tipos de enunciación, los conceptos, las elecciones temáticas, se pudiera definir una regularidad (un orden, correlaciones, posiciones en funcionamiento, transformaciones), se dirá, por convención, que se trata de una formación discursiva”

Al hablar de Formación Discursiva, Foucault busca establecer una unidad de análisis capaz de amalgamar esas regularidades que definen las posibilidades discursivas de cualquier emisión lingüística actualizada dentro de relaciones y desde posiciones sociales dinámicas y duraderas. Por esto decimos que esta Formación no se convierte en una constante, ella cambia, muta, y, en definitiva, se convierte en un producto vivo y dinámico inserto en las relaciones y prácticas sociales. Por eso, iremos a la búsqueda de esas características recurrentes que demuestren continuidades y rupturas, tras esa unidad históricamente constituida por “...el conjunto de lo que ha sido dicho en el grupo de los enunciados que la nombraban la recortaban, la describían, la explicaban, contaban sus desarrollos, indicaban sus diversas correlaciones, la juzgaban, y eventualmente le prestaban la palabra, articulando en su nombre discursos que debían pasar por ser los suyos.” (Foucault 2008:47).

Por lo tanto, se construirá la Formación Discursiva del Campo de la Economía y los

Negocios en base al discurso de la Revista Mercado que, en tanto institución comunicativa agente en un subcampo del periodismo especializado en ‘economía y negocios’, es generadora de sentido sobre los profesionales en tanto actores de esta realidad. Asimismo, siendo esta formación el objeto central del análisis, prestando especial atención a como “Los enunciados diferentes en su forma, dispersos en el tiempo, constituyen un conjunto si se refieren a un solo y mismo objeto.” (Foucault 2008:47), se podrá construir a partir de esta referencia la unidad de análisis que aquí planteamos.

La caracterización de los profesionales que, en tanto objetos del discurso, está orientada a la construcción de las nuevas relaciones sociales desde la Revista. Todo esto en el marco de una clase media argentina tradicionalmente espacio de movilidad social ascendente a través de la educación (García Delgado 2003:159) signo que se invirtió con la consolidación de una sociedad excluyente (Svampa 2005). En esta transformación social la adquisición de nuevas disposiciones duraderas a través de publicaciones como Mercado se relaciona con esa función transformadora de la educación en modelos anteriores, aunque esta vez con una dirección inversa.

Encararemos entonces la identificación de regularidades en la caracterización de los profesionales buscando desentrañar regularidades respecto de las lógicas internas del campo de la EyN a saber: el rol asignado a los profesionales en esta transformación, las relaciones de dominación dentro del campo, las valoraciones positivas de características en los profesionales, la construcción del espacio social con sus relaciones y posiciones, como también algunas referencias a las dinámicas del campo profesional.

4. Transformación de la estructura socio-productiva.

Durante la década de los noventa la importante extranjerización de la economía en la que el capital extranjero ganó participación en la sociedad, tanto posiciones reales como simbólicas, tuvo como correlato una transformación de la propia estructura productiva y la red de relaciones vinculadas a las formas de producción, sobre todo en lo referido a la producción agrícola de pequeña escala, la actividad industrial de sustitución de importaciones y las empresas públicas.

Por un lado, las pequeñas y medianas industrias dedicadas al abastecimiento del mercado interno encontraron un fuerte escollo en las nuevas reglas económicas, mientras que el crecimiento se concentró en los commodities donde la incidencia de la mano de obra era menor y la producción se realizaba por escala:

“...en este contexto las pequeñas y medianas empresas tuvieron grandes dificultades para afrontar la competencia externa, con lo cual las exportaciones se concretaron ahí donde sus precios se expresaban directamente en dólares (petróleo, gas, producción agrícola) y donde el valor agregado era débil o casi nulo (Salama 2003:9).” (Svampa 2005:34)

Paralelamente, las grandes empresas estatales, sobre todo las vinculadas con la producción (como YPF, Somisa, Altos Hornos Zapla, el polo petroquímico de Bahía Blanca, etc.) habían aplicado un criterio geográfico en su expansión, construyendo un ‘modelo de civilización territorial’ que incluiría en su modalidad de explotación, en todos los casos, una extensa red de servicios sociales, recreativos y residenciales para el personal allí empleado (Rofman 1999:199, en Svampa 2005:40). Las reducciones de personal fueron drásticas, de 51.000 empleados en 1990, la petrolera estatal, modelo imitado en toda Latinoamérica, contaba luego de la reestructuración, los despidos y retiros voluntarios con un total de 5.600 asalariados a su cargo, apenas un 11% del personal empleado hasta entonces. Las repercusiones en localidades como Tartagal, Gral. Mosconi, Cutral-Co, Plaza Huincul, de este proceso fueron drásticas, produciéndose retracciones de hasta el 75% en los niveles de empleo observados (Svampa 2005:40-41).

Este proceso de primarización productiva y concentración empresarial, del cual la actividad agropecuaria también fue parte, para el común de los trabajadores significó pasar al subempleo y resignar una gran parte de su nivel de vida. Asimismo acusó un fuerte impacto en los estratos medios vinculados a las Pymes, cargos gerenciales medios y productores agropecuarios de pequeña escala. Estos actores debieron adecuarse a las nuevas condiciones imperantes emprendiendo nuevas actividades, sobre todo en el sector comercial y de servicios, o intentando una reconversión a los nuevos parámetros determinados por el Campo de la Economía y los Negocios para la reinserción al mercado

laboral en relación de dependencia.

Los nexos entre esta transformación y el aumento del peso relativo del Campo de la EyN en el espacio social general están dados por el posicionamiento la actividad financiera como el proceso modélico de creación de riqueza (Schvarzer 1998:213). Así, el Campo de la EyN generaría nuevas relaciones y posiciones objetivas entre los agentes sociales que, en el marco de una sociedad excluyente signada por la movilidad social descendente (Svampa 2005), sería una herramienta clave en el sometimiento de los intentos por subvertir o modificar este orden a una nueva configuración social:

“...el margen de maniobra que ganó la clase dominante implicó, en cambio, el deterioro de las posibilidades que se abren para el camino hacia el desarrollo.”
(Schvarzer 1998:252)

Por lo tanto es pertinente incluir aquí la idea de Romero (2001:212) de que la economía se convirtió en un instrumento para garantizar la estabilidad política y el nuevo orden consolidado, sacrificando a costa de la misma el crecimiento económico y el desarrollo de la Argentina.

4.1. El quiebre de la clase media como indicador de la polarización social.

La consolidación de una nueva alianza dominante, la transformación socio productiva del país y las nuevas mediaciones sociales inspiradas en las reformas neoliberales, son algunas de estos hitos a los que hacíamos mención. Dado que nuestro país llevó adelante desde 1989 una aplicación explícita y casi exaltada de la serie de medidas resumidas en el llamado Consenso de Washington, siendo incluso invitado el presidente de la nación a la Asamblea General del FMI en 1998 como ejemplo de la aplicación de estas medidas (Bachanian 2008), es posible comprender lo drástico y dramático del rol de estas reformas en la construcción de esta nueva sociedad excluyente (Svampa 2005).

Entendemos así como eje transversal que atraviesa este proceso a la posición asumida por nuestro país: “La estrategia argentina de “obediencia ciega” o de ser “los mejores alumnos”, llevada a cabo en la última década y media, llevó finalmente a la falta de

sustentabilidad de la economía y al quiebre del tejido social.” (García Delgado 2003:66). El quiebre del tejido social era el reflejo de un país ‘institucionalmente democrático’ pero que, en su sociedad, había dejado de serlo (Romero 2001:308). De esta forma, con la implantación del modelo neoliberal se transformó la reproducción social en la Argentina:

“...tanto en el Estado liberal, donde tuvieron una significación especial la escuela pública y una movilidad social ascendente, como en el Estado social, a mediados del [siglo] XX, mediante mecanismos de redistribución de la riqueza y afirmación de derechos sociales, se generaron efectivas condiciones de integración y tendencias igualitarias. Mientras que, por el contrario, el modelo neoliberal tiende a concentrar el nivel de los ingresos, aumentar la desigualdad, desestructurar el tejido social y configurar una sociedad de dos velocidades: de sectores que empiezan a no tener nada que ver unos con los otros”. (García Delgado 2003:159)

Esta ‘desestructuración’, tuvo una estrecha y directa vinculación con el ritmo, la forma y la manera en que la ‘desregulación’ general de los asuntos públicos tuvo lugar. Siguiendo los preceptos neoliberales y a través de alianzas estratégicas con los principales grupos corporativos y la deslegitimación de las voces no institucionalizadas (Azpiazu Basualdo 2004:2) se lograron llevar a cabo las recetas neoliberales. El resultado fue una desintegración sostenida de la clase media, directamente ligada a la transformación económica de la Argentina durante los años noventa (Basualdo 2006:133).

La redistribución del ingreso se articuló a través de un complejo accionar social en la aplicación de las doctrinas contenidas en el Consenso de Washington, y la clase media fue sin lugar a dudas el epicentro de estos procesos. En este punto, las privatizaciones se convertirían en una arista clave de esta transformación (Schvarzer 1998:149).

Estas transformaciones en las organizaciones socio productivas fueron complemento de otros ajustes operados en Salud, Educación y Seguridad. Estas medidas diezmaron significativamente a las clases medias, dando comienzo a un grupo social antes desconocido, los ‘nuevos pobres’: *“...un sector de que no pertenecerían a los que históricamente han integrado los grupos de pobres. (...) No se trata de una pobreza*

heredada, sino adquirida o, mejor dicho, a la que se han visto empujados por el proceso de crisis, estabilización y ajuste..." (Minujin 1992:16-17)

La aparición de estos nuevos pobres como regularidad social era un hecho inédito en la Argentina y verdaderamente sintomático de este momento histórico. La configuración de un nuevo signo en la movilidad social se volvería cada vez un hecho más significativo y al mismo tiempo un síntoma de lo que el nuevo modelo neoliberal implicaba.

"... a partir de los 90, la entrada en una sociedad excluyente tiró por la borda esta representación integradora de la sociedad argentina, centrada en la primacía de lo público. Con una virulencia nunca vista, la nueva dinámica excluyente puso al descubierto un notorio distanciamiento en el interior mismo de las clases medias, producto de las transformación de las pautas de movilidad social ascendente y descendente." (Svampa 2005:138)

El quiebre dentro de la clase media fue un indicador clave del cambio en el signo de la movilidad social en nuestro país (Svampa 2005) pero, más que nada, se convirtió en el eje ordenador de nuevas relaciones entre actores con una marcada pauperización de las solidaridades sociales. Como explica Minujin (1992:17) "... proceso que si bien ha sido colectivo y generalizado no siempre es vivido de esta manera por quienes lo sufren, la mayor parte de los cuales viven sus posibilidades de retorno a condiciones anteriores como un salvataje individual, un 'yo zafo' ". La imposibilidad, que ya hemos mencionado, de los actores afectados por articular un reclamo legítimo y coordinado tornó estas transformaciones irreversibles y, ya entrada la década del noventa, "... empezó a observarse una suerte de "reproducción ampliada" de la diferencias intraclase, visibles en los estilos de vida, los modelos de socialización y las formas de sociabilidad." (Svampa 2005:140). La articulación de nuevos capitales sociales e instancias de consagración -como las del campo de la economía y los negocios- con dinámicas 'excluyentes', distintas a las que tradicionalmente habían regulado el progreso social en la Argentina, generaron una histeresis (Bourdieu 1990) en los habitus de los actores sociales de clase media. Fue un importante desajuste entre las condiciones objetivas en las que sus disposiciones sociales duraderas habían sido adquiridas y las actuales condiciones que comenzaban a incluir

nuevos actores y espacios sociales como las universidades privadas nuevas (Plotkin 2006), los barrios privados (Svampa 2001) o los centros comerciales (Sarlo 1994; 1998) en los que el común denominador sería la exclusión como mecanismo de reproducción social. Estos nuevos espacios, entre otros tantos, funcionarían a lo largo de los años noventa como instancias de consagración para estas clases medias en ascenso y serían claves en la configuración de las nuevas identidades de los profesionales en la Argentina.

3.3. Profesionales: empresarios, líderes, exitosos.

Durante este período una de las transformaciones más grandes se vivió en el mundo del trabajo, con una importante contracción del mercado laboral manifiesta en un desempleo de 6,9% en 1992 que se convirtió en 18,4% para 1995 (Mecon 1995). Al contraerse el mercado la presión sobre los trabajadores aumentó. En el caso de los profesionales observamos en Mercado una caracterización sumamente interesante para comprender el nuevo rol asignado para ellos en este flamante orden social. Como muestran las emisiones (Pr1), (Pr2), (Pr3), (Pr4), (Pr5) y (Pr6) los niveles de mayor jerarquía en las empresas, los dedicados a ‘formar equipos’ (Pr2), ‘conducir la empresa’ (Pr1), ‘liderar procesos de cambio’, y, en definitiva, ‘ser los mariscales de esta apasionante guerra’ (Pr4), se diferencian de un segundo nivel que debe ‘aceptar una rebaja en los sueldos’, ‘retirarse voluntariamente’, ‘independizarse’ (volverse cuentapropistas pero seguir trabajando para la empresa por encargo), recibir ‘telegramas de suspensión’ (Pr8). Aquí surge una primera e interesante oposición entre ‘empresarios’ (Pr6) y empleados que nos permite acceder a las relaciones de poder y ‘dominación-dependencia’ en funcionamiento del campo (Gutiérrez 2002:52-53).

Los empresarios no son los dueños de las empresas si no que son profesionales de valorada experiencia en la dirección de empresas, y en realidad cambian de empresa a empresa con regularidad demostrando que su relación con la propiedad, si existiera alguna, es cuanto menos débil. De todas formas, esta caracterización de los cargos jerárquicos como ‘empresarios’ sirve a los fines de consagrar una serie de actores y establecerlos como modelo para aquellos ‘jóvenes a los que se capacita para afrontar los tiempos que corren’ (Pr15). Esta diferenciación se constituye en otra importante regularidad dentro de la

Formación Discursiva de Mercado, en la que los ‘empresarios’ se encuentran legítimamente habilitados en la producción de discursos y sentido por su ‘éxito’ desde su ‘puesto número uno’ (Pr2), ‘mariscales de esta apasionante guerra’ (Pr4).

La construcción de un ideal de ‘éxito’ se relaciona con la constitución de estos ‘modelos de profesionales’, los cuales tienen un rol clave en la transformación socioeconómica de la que hablamos. Así vemos como estos ‘empresarios emergentes’ (Pr6) ‘aceptan la difícil tarea de conducir una empresa que había pertenecido a la ortodoxia estatal’ (Pr1); reestructuran deudas y adecuan plantas a los requerimientos del mercado internacional (Pr4); racionalizan el personal ‘sin mayor ruido’, administran las deficiencias técnicas ‘sin causar escándalos’ y reestructuran ‘cautelosamente’ los ingresos (Pr1); lideran ‘proyectos de cambio en la forma de hacer negocios de cara al 2000’ con estructuras empresariales más ‘livianas’ (Pr5); invitan al personal a ‘aceptar una rebaja en los sueldos’, alivian su nómina con ‘retiros voluntarios’, jubilan ‘anticipadamente’ empleados, ‘independizan’ técnicos, traen ‘ejecutivos de España’, seleccionan contratistas de obras que apelan a ‘los obreros bolivianos’ y ‘toman en sus manos lo que tradicionalmente se encargaban los gobiernos de practicar: la devaluación’ (Pr8).

De esta forma vemos como los profesionales elevados al nivel de ‘empresarios’ en una economía valorizada financieramente y liberalizada económicamente funcionan como reproductores de estas prácticas exitosas en este nuevo paradigma donde el Capital Conocimiento en Economía y Negocios (KCEyN) es posicionado como un importante activo que permite mejorar las posiciones, tanto dentro del campo como del espacio social general.

Pero Mercado también se encarga de construir la caracterización de los profesionales en términos de futuro. Este es un punto importante para la Formación Discursiva del Campo de la EyN, la construcción de un futuro, presentado como inevitable, se decanta como una importante construcción de sentido luego capaz de traducirse en disposiciones duraderas en las estructuras sociales subjetivas (Gutiérrez 2002:67-83) de los lectores. Así vemos como ‘está en marcha una modificación en los perfiles hacia otra visión de la relación laboral, en la que el riesgo asume un papel protagónico.’ (Pr15) demostrando las transformaciones de

un mercado laboral en el que la nueva modalidad consiste en atar la suerte de los conductores del negocio a los resultados y cortar abajo todo lo que se pueda.’ (Pr9), donde ‘En casi todas las empresas, el eje de las remuneraciones está dejando de tomarse como porcentaje tradicional dentro del costo para vincularse directamente con la rentabilidad’ (Pr12). Estas nuevas reglas para el desarrollo profesional nos hablan de nuevas dinámicas laborales vinculadas a las esencias del pensamiento liberal y su ‘libre competencia’, la cual aquí es destacada.

Como vemos en (Pr15) esto aumenta la rotación y expulsión de actores con habitus anacrónicos al estado actual de las fuerzas laborales, “Corporaciones multinacionales de gran porte empezaron a renovar sus cuadros intermedios, deshaciéndose de antiguos agentes que se regían por viejos convenios para reemplazarlos por jóvenes a los que se capacita para afrontar los tiempos que corren.” (Pr15). La capacitación se presenta como la fuerza transformadora de los profesionales de cara a afrontar los nuevos tiempos. Mediante estas actividades de ‘formación profesional’, es decir, de actualización de los habitus de los profesionales a las nuevas condiciones, se observan la participación de los productores de KCEyN. Como vimos en (Pr15) aparecen las multinacionales al frente de las reformas, en (Pr18) y (Pr19) vemos como los expertos internacionales cobran gran importancia en la presentación de las ‘recetas’ del marketing y el Management (Pr19).

Por otro lado, se observa una dinámica altamente volátil y de cambios rápidos para las posiciones ocupadas por los profesionales dentro del nuevo campo laboral, como vemos en (Pr13) en los puestos exitosos ‘brilla el fuego olímpico del éxito’, pero en condiciones donde ‘se sube y se baja con facilidad’ y en los que hay ‘ciclos que a veces no llegan a seis meses’. A raíz de esta particularidad del campo llama la atención de la referencia al ‘vedettismo’ (Pr13) resaltando el carácter pasajero de los éxitos dentro del campo profesional de la EyN, lo cual puede vincularse con las propias dinámicas del campo y el funcionamiento de sus mecanismos de consagración.

Mercado también se dirige a los profesionales, de manera directa, como en (Pr29) donde vuelve a resaltar la competitividad de este campo laboral: “¿sabe cuánto gana cada uno de ellos? Probablemente, no. Y sin embargo, es importante averiguarlo. Porque saber cuánto

ganan otros es la mejor manera de determinar si el propio salario es justo, y constituye una poderosa herramienta de negociación a la hora de pedir un aumento que reconozca nuestro valor en el mercado de trabajo.”.

Conclusión:

Podemos decir que la Formación Discursiva del Campo de la EyN establece al constituir a los profesionales como objeto del discurso un claro rol para ellos: deben apuntar a ser empresarios, líderes y exitosos. El éxito y el liderazgo se consiguen en un mercado, altamente competitivo y volátil, a través de la capacitación y formación constante, es decir la adquisición de KCEyN. Por lo tanto la vinculación con Gurúes internacionales y Universidades Extranjeras –y nacionales privadas nuevas- se convierte en una estrategia necesaria para conservar posiciones en un mercado que tiende a la concentración y a la competencia. Pero también la vía hacia convertirse en ‘empresario’ es presentada como otra forma de acceder al KCEyN. Mediante la vinculación a Grandes Empresas –sobre todo multinacionales- los agentes logran posicionarse de manera dominante dentro del nuevo campo laboral. Así, la dualidad en la definición de los profesionales y la jerarquización de ciertos analistas simbólicos (Engelman y Zapata 2001) sobresalen como las dos principales manifestaciones de la Formación Discursiva de Mercado en la caracterización de los profesionales.

La transformación paulatina migración de los profesionales hacia ‘analistas simbólicos’, que por definición son “...quienes crean, distribuyen y aplican los saberes expertos basándose en tareas de registro y resolución de problemas.” (Engelman y Zapata 2001:1) se convierte en el mecanismo donde el KCEyN con sus instituciones y mecanismos de consagración logra imponer su lógica al mundo del trabajo. De esta manera el nuevo modelo de profesionales apunta necesariamente a una incorporación sostenida de este capital en los hábitos de los profesionales, legitimando el consumo y producción del mismo en las distintas áreas del trabajo vinculado a las ciencias de la administración y la gestión. El concepto de ‘amortización’ también es aplicado para los conocimientos y la formación profesional, por lo que esta incorporación también pierde valor con su uso y debe ser actualizada constantemente.

Todo esto se sucede contextualizado en un proceso de movilidad social descendente que no hace más que terminar de convalidar el nuevo paradigma, doblegando cualquier tipo de respuesta corporativa o sectorial coordinada que pueda disputar la legitimidad del nuevo campo, primero, y de sus actores dominantes después. Si esto se combina con la nueva dualidad entre ‘empresarios’ y ‘empleados’, y el camino de la consagración por el éxito a través del ‘liderazgo’, queda claro que la caracterización presente en la Formación Discursiva de la Economía y los Negocios presente en la Revista Mercado del primer trimestre de 1994 apunta a la constitución de profesionales que lideren la incorporación del KCEyN como una herramienta para la liberalización de la economía, la cultura y la sociedad argentina. Esta aparece como una condición necesaria para mejorar o conservar su posición en el mercado laboral y, por supuesto, en el espacio social general.

Bibliografía y Fuentes.

Arceo, Enrique (2006) El fracaso de la reestructuración neoliberal en América Latina. Estrategias de los sectores dominantes y alternativas populares. En Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales. Basualdo, Eduardo M.; Arceo, Enrique. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Disponible en:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/basua/C01Arceo.pdf>

Arenas, Nelly (1997). "Globalización e identidad Latinoamericana". Revista Nueva Sociedad, Comunicación, culturas e identidades en el fin de siglo. No. 147, Caracas-Venezuela, Editorial Texto, Pp. 120-131. Disponible en:

http://www.nuso.org/upload/articulos/2568_1.pdf

Apertura (2007) Número 172. Diciembre 2007. El Cronista Comercial ediciones. Buenos Aires.

Ávila, R. A. y Von Sprecher, R. (2003) Introducción a las Teorías Sociológicas. Editorial Brujas. Córdoba

Azpiazu, Daniel; Basualdo, Eduardo (2004) Las privatizaciones en la Argentina, Génesis, desarrollo y principales impactos estructurales. FLACSO, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Argentina. Disponible en:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/argentina/flacso/azpiazu.pdf>

Basualdo, Eduardo M. (1999) 'Tendencias y transformaciones de la cúpula empresarial argentina durante la década de los noventa' en Realidad Económica N°168, Nov-Dic 1999. Buenos Aires.

Basualdo, Eduardo M. (2003). Las reformas estructurales y el plan de convertibilidad durante la década de los noventa: el auge y la crisis de la valorización financiera. Eduardo M. Basualdo. FLACSO, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Argentina.

Basualdo, Eduardo M. (2006) La reestructuración de la economía argentina durante las últimas décadas, de la sustitución de importaciones a la valorización financiera. En publicación: Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales. Basualdo, Eduardo M.; Arceo, Enrique. CLACSO. Buenos Aires.

Bonnewitz, Patrice (2003) La Sociología de Pierre Bourdieu. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre (1988) Cosas dichas. Gedisa. Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre (1990) Sociología y cultura, pp. 154-157. Editorial Grijalbo. México D.F.

Bourdieu, Pierre (1991) El sentido práctico. Taurus. Madrid.

Bourdieu, Pierre (1997) Sobre la televisión. Anagrama. Barcelona.

- Bourdieu, Pierre** (1999a) *Intelectuales, política y poder*. EUDEBA. Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre** (1999b[1984]) *Cuestiones de Sociología*. Itsmo. Madrid.
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïs** (2005[1992]) *Una invitación a la sociología reflexiva*. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.
- Bergesio, Liliana; Golovanevsky, Laura y Marcoleri, María Elena** (2008) ¿De obrero a microempresario? La privatización de la siderúrgica altos hornos Zapla y la reconversión de la mano de obra. Encuentro Preparatorio Congreso Asociación Latinoamericana de Sociología. Universidad Nacional del Nordeste. Disponible en:
<http://www.unne.edu.ar/prealas/files/F4%20Bergesio%20Golovanevsky%20Marcoleri.pdf>
- Bergesio, Liliana y Golovanevsky, Laura y Marcoleri, María Elena** (2004) “Palpalá: historia y diagnóstico de una ciudad que fue siderúrgica”. En:
http://www.naya.org.ar/congreso2004/ponencias/marcoleri_de_olguin.doc
- Cotarelo, María Celia** (1993) *El Motín de Santiago del Estero*. Documento de Trabajo N°19. PIMSA, Programa de Investigación sobre el Movimiento de la Sociedad. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. <http://sala.clacso.org.ar/gsd/cgi-bin/library?e=d-000-00---0pimsaar--00-0-0--0prompt-10---4-----0-11--1-es-Zz-1---20-about---00031-001-0-0utfZz-8-00&cl=CL1&d=HASH013d98b5364cf189e780f04e&x=1>
- Engelman, Ana y Zapata Laura** (2001) Los analistas simbólicos: el poder de los saberes expertos. Ponencia en Panel: transformaciones del campo intelectual en los últimos 30 años, V Jornadas de Sociología, 11 al 16 de Noviembre de 2002. Disponible en:
<http://catedras.fsoc.uba.ar/rubinich2/ponencias/ponencia2.doc>
- Foucault, Michael** (1992) *El orden del discurso*. Tusquets Editores, Buenos Aires.
- Foucault, Michael** (1999) *Estética, ética y hermenéutica*. Paidós. Barcelona.
- Foucault, Michael** (2008a[1969]) *La arqueología del saber*. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.
- Foucault, Michael** (2008b[1981]) *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Alianza Editorial. Buenos Aires.
- Furtado, Celso** (1972) *Desarrollo y subdesarrollo*. Eudeba. Buenos Aires.
- Fukuyama, Francis** (1990) ¿El fin de la historia?. *Revista Estudios Públicos*. N°37. Centro de Estudios Públicos. Santiago de Chile. Disponible en:
http://www.cepchile.cl/dms/lang_1/doc_1052.html
- García Delgado, Daniel** (2003) *Estado-nación y la crisis del modelo*. Norma. Buenos Aires.
- Gutiérrez, Alicia** (2002) *Las prácticas sociales: introducción a Pierre Bourdieu*. Ed. Tierra de Nadie. Madrid.
- Gerchunoff, Pablo y Llach, Lucas** (1998) *El ciclo de la ilusión y el desencanto. Un siglo de políticas neoliberales argentinas*. Ariel Sociedad Económica. Argentina.
- Grimson, Alejandro** (2007) *Cultura y Neoliberalismo*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires. Disponible en:
http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/grim_cult/

- Lozano, Claudio** (2005) Los problemas de la distribución del ingreso y el crecimiento en la Argentina Actual. IEF, CTA, Buenos Aires, Argentina.
- Mercado** (1991a) Las oportunidades de América Latina. Agosto 1991. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Mercado** (1991b) El Modelo Económico Favorito. Septiembre 1991. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Mercado** (1992a) Nacidos para pensar. Los mejores Think Tanks. Julio de 1992. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Mercado** (1992b) Los sueldos de 1992. Parte II: Gerentes, Jefes y Supervisores. Enero de 1992. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Mercado** (1992c) Incógnitas de la posprivatización. Marzo de 1992. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Mercado** (1994) Visita al Futuro. Agosto de 1994. Año 25, Número 921. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Mercado** (1995) Marketing para pequeños. Asesoramiento Accesible. Octubre de 1995. Año 26, Número 935. Mercado. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Mercado** (1999) Mercado llega primero al futuro. Año 30, Número 981. Agosto 1999. Editorial Coyuntura. Buenos Aires.
- Ministerio de Economía** (1995) Informe Económico N° 14, Segundo Trimestre de 1995. Disponible en: <http://www.mecon.gov.ar/informe/infor14/indice.htm>
- Minujín, Alberto, ed.** (1992) Cuesta Abajo: Los nuevos pobres, efectos de la crisis en la sociedad argentina. UNICEF/Losada. Buenos Aires.
- Muchnik, Daniel** (1993) País Archipiélago, las consecuencias del modelo político-económico del gobierno de Menem. Planeta. Buenos Aires.
- O'Donnell, Mario y Rock, David** (2006) Conversando sobre Historia. Noticias N°1562 30 de Noviembre de 2006. Editorial Perfil. Disponible en: http://www.noticias.uol.com.ar/edicion_1562/nota_05_2.htm
- Plotkin, Mariano Ben** (2006) La privatización de la educación superior y las ciencias sociales en Argentina. Un estudio de las carreras de Psicología y Economía. Programa Regional de Becas, CLACSO, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/plotkin/Cap22.pdf>
- Raiter, Alejandro** (2003) Lenguaje y Sentido Común. Biblos. Buenos Aires.
- Ramirez, Hernan** (2007) Corporaciones en el Poder. Lenguaje Claro. Buenos Aires.
- Rapoport, Mario** (2000) Historia económica, política y social de la argentina (1880 – 2000). Ediciones Macchi. Buenos Aires.
- Romero, Luis Alberto** (2001) Breve historia contemporánea de la Argentina. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- Sarlo, Beatriz** (1994) Escenas de la vida posmoderna. Ariel. Buenos Aires.
- Sarlo, Beatriz** (1998) El Centro Comercial. La Jornada Semanal, edición 22 de marzo de

1998. México D.F. Disponible en: <http://www.literatura.org/Sarlo/bscentro.html>

Schorr, Martín (2002) Mitos y realidades del pensamiento neoliberal: la evolución de la industria manufacturera argentina durante la década de los noventa. En Schorr, Martin; Castellani, Ana Gabriela; Duarte, Marisa; Debrot Sanchez, David (2002) Más allá del pensamiento único. CLACSO. Buenos Aires. Disponible en:

<http://168.96.200.17/ar/libros/unesco1/schorr.pdf>

Schvarzer, Jorge (1998) Implantación de un modelo económico. La Experiencia argentina entre 1975 y 2000. AZ Editora. Buenos Aires.

Sidicaro, Ricardo (2002) “La Crisis del Estado y los actores políticos y socioeconómicos en la Argentina (1989-2001)”. Eudeba. Buenos Aires.

Svampa, Maristella (2001) Los que ganaron. La vida en los countries. Biblos. Buenos Aires.

Svampa, Maristella (2005) La sociedad Excluyente. Taurus. Buenos Aires.

Vasilachis de Gialdino, Irene (1998) Discurso Político y prensa escrita. Gedisa. Barcelona.

Vasilachis de Gialdino, Irene (2003) Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales. Gedisa. Barcelona.

Verón, Eliseo. ([1993]2004) La Semiosis Social. Gedisa Editorial. Barcelona

von Sprecher, Roberto (1997) Comunicación e identidad, en la era de la utopía tecnocomunicacional de mercado. Editorial JCV. Córdoba.

von Sprecher, Roberto (2006) La Teoría Social de Pierre Bourdieu. Apuntes de la Cátedra Sociología de la Comunicación. Universidad Católica de Santa Fe. Santa Fe.

Apéndice:

Muestra de las emisiones analizadas

Emisiones seleccionadas y referidas al los Profesionales.

Ediciones 914, 915 y 916. Revista Mercado.

Enero 1994 – Edición N°914

Exitosos emergentes 1993

Código: 1994.01. A1

Los jóvenes: desconocidos y subvaluados

Código: 1994.01. A2

El novio ausente

Código: 1994.01. A3

La lección de Henry Ford

Código: 1994.01. A4

Productos Exitosos

Código: 1994.01. A5

Empresas Emergentes

Código: 1994.01. A6

Empresarios Emergentes

Código: 1994.01. A7

Los sueldos de 1994

Código: 1994.01. A8

Por dos que salen, entra uno

Código: 1994.01. A9

El Nuevo Protagonismo de YPF

Código: 1994.01. A10

Iniciativas

Código: 1994.01. A11

Antes y después del plan Cavallo

Código: 1994.01. A12

El boom de los papeles latinoamericanos

Código: 1994.01. A13

El Benjamin del Sistema

Código: 1994.01. A14

Creecer desde el Sur

Código: 1994.01. A15

Negocios a orillas del Lago

Código: 1994.01. A16

Volver a empezar

Código: 1994.01. A17

Entrevistas

Código: 1994.01. A18

Las modas que llegaron para quedarse

Código: 1994.01. A19

Calidad total, una cuestión de supervivencia

Código: 1994.01. A20

El gran negocio de la venta de armas

Código: 1994.01. A21

Por Venir

Código: 1994.01. A22

Febrero 1994 – Edición N°915

El negocio de cruzar el charco

Código: 1994.02. A1

Límites de la Teoría

Código: 1994.02. A2

La clave del capitalismo en el Siglo XXI

Código: 1994.02. A3

Definiciones y recetas para los tiempos que corren

Código: 1994.02. A4

YPF: la decisión de crecer

Código: 1994.02. A5

Iniciativas

Código: 1994.02. A6

Que queda después de privatizar

Código: 1994.02. A7

Cuestiones estratégicas: reservas y competencia

Código: 1994.02. A8

La clave de toda la política energética

Código: 1994.02. A9

El gran laboratorio

Código: 1994.02. A10

Avances en la curva del aprendizaje

Código: 1994.02. A11

El desafío fronteras afuera

Código: 1994.02. A12

Las recetas de los 90's

Código: 1994.02. A13

Se viene Dolce Neve

Código: 1994.02. A14

Menos cifras rojas, más facturación

Código: 1994.02. A15

Cuando todo queda en familia

Código: 1994.02. A16

Por venir

Código: 1994.02. A17

Marzo 1994 – Edición N°916

Satisfacción al cliente (Parte I)

Código: 1994.03. A1

La paradoja global

Código: 1994.03. A2

Para anticipar el éxito de un proyecto

Código: 1994.03. A3

Mayores de edad

Código: 1994.03. A4

Cara a cara

Código: 1994.03. A5

Con qué ganarán los bancos

Código: 1994.03. A6

¿Un modelo Argentino?

Código: 1994.03. A7

El pasaporte a la calidad internacional

Código: 1994.03. A8

La nueva frontera sur

Código: 1994.03. A9

Cables con pasado y futuro

Código: 1994.03. A10

Protagonistas

Código: 1994.03. A11

La guerra de los 60 días

Código: 1994.03. A12

Marketing age

Código: 1994.03. A13

La basura no miente

Código: 1994.03. A14

Cuando los grandes vienen marchando

Código: 1994.03. A15

El cordobés que más gana

Código: 1994.03. A16

Grandes desafíos para pequeños y medianos

Código: 1994.03. A17

Los sueldos de las mujeres en Estados Unidos

Código: 1994.03. A18

Aprender con la experiencia

Código: 1994.03. A19

La aventura es la aventura

Código: 1994.03. A20

El socio francés de Soldati en Aguas Argentinas

Código: 1994.03. A21

El dilema ecológico en Alemania

Código: 1994.03. A22

Emisiones seleccionadas

(Pr1) “[Carlos Tramutola, ex vicepresidente de Techint] Aceptó la difícil tarea de conducir una empresa que había pertenecido a la ortodoxia estatal, dominada por el sindicalismo y gobernada por la ineficiencia. Racionalizó personal sin mayor ruido, administró las deficiencias técnicas del servicio sin causar los escándalos que envolvieron a sus colegas de Edenor, Edesur y Metrogás por las tarifas y los suministros, y encaró una cautelosa reestructuración de los ingresos por cánones y medidores.”

1994.01. A1

(Pr2) “Su gran logro [el de Jorge Castro Volpe] fue haber formado un equipo joven con hambre de triunfo para desafiar al líder indiscutido, Coca-Cola. Cuando saboreaba el éxito desde el puesto de número uno de Pepsi, una consultora internacional lo seleccionó entre un grupo de ejecutivos de todas las nacionalidades para ofrecerle el timón de Molinos Río de la Plata, una Compañía antigua líder en alimentación a la que el holding Bunge & Born parece

dispuesto a devolverle su condición de locomotora en los negocios.

Un cazador de clientes como Castro Volpe aceptó ser cazado y hoy monta al elefante que le encomendaron convertir en varios pumas. Por el sueldo que le asignaron y por el reto que afrontó, sin duda su pase de Pepsi a Molinos constituyó el acontecimiento de 1993.”

1994.01. A1

(Pr3) “Basó su gestión en la digitalización e interconexión de las centrales del área múltiple, en los cableados de fibra óptica y en la atención al cliente.”

1994.01. A1

(Pr4) “[Stern]Se arremangó con Arnoldo Stanislavsky [de la empresa Stani] para revolver dulces, reestructurar deudas y adecuar la planta a los requerimientos del mercado internacional. Los resultados fueron dos: cuadruplicó la facturación y atrajo a la líder británica en chocolates, Cadbury, para comprar el paquete accionario.

“(…)… Stern es uno de los conspicuos mariscales de esta apasionante guerra.”

1994.01. A1

(Pr5) “ANGEL PERVERSI

Octavio Caraballo lo fue a contratar a España, donde presidía la filial de General Motors desde 1987.

Arregló condiciones y trajo sus petates a la Argentina para instalarse en el máximo sillón ejecutivo del holding Bunge & Born. A los 49 años, Angel Perversi comanda hoy mucho más que un conglomerado de empresas que factura US\$ 1.500 millones anuales: lidera un proyecto de cambio en la forma de hacer negocios de cara al 2000, con menos unidades de negocios y una estructura central más liviana.”

1994.01. A1

(Pr6) “Empresarios Emergentes [titulo]”

1994.01. A7

(Pr7) “FERNANDO SANTIBÁÑEZ.(*)

(...)En la trayectoria última de la institución, Santibáñez ocupaba la gerencia general, cargo al que accedió tras su paso por el Banco Central durante la reforma financiera de los años '80.

La explotación de los servicios es la clave de su gestión, ya que cubren 70% de los gastos del banco. (...)

Santibáñez lidera un proceso de cambio dentro del banco que llevará cinco años consolidar.”

1994.01. A7

(Pr8) “Mientras Aluar invitaba al personal a aceptar una rebaja en los sueldos, Acindar aliviaba su nómina con retiros voluntarios, Alpargatas jubilaba anticipadamente, IBM independizaba técnicos, Telefónica traía ejecutivos de España, sus contratistas de obras apelaban a los obreros bolivianos e Indupa enviaba telegramas de suspensión a Bahía Blanca y Cinco Saltos.

“De uno u otro modo, bancos, siderúrgicas, papeleras, petroquímicas, textiles y todos aquellos a quienes el zapato de los costos les apretara lo suficiente para sacarlos de la carrera ya habían estado apelando a los recortes en la nómina salarial para tomar en sus manos lo que tradicionalmente se encargaban los gobiernos de practicar: la devaluación.”

1994.01. A8

(Pr9) “La nueva modalidad consiste en atar la suerte de los conductores del negocio a los resultados y cortar abajo todo lo que se pueda.”

1994.01. A8

(Pr10) “María de las Mercedes Acuña, de Keops, afirma que hasta el presente "cambiaron cantidad por calidad. Si tenían 70 personas de un nivel 2, ahora tienen 60 de ese nivel y 10 de 1. El recambio que se está dando podría terminar en la calle con estos 10 que quedaron al margen".”

1994.01. A8

(Pr11) “PERSPECTIVAS '94.

- La gerencia alta obtendría una recuperación, que oscilaría en 3% aproximadamente, pero sin alcanzar el costo de vida.
- Para la gerencia media hay una buena y una mala noticia: una es que en un año recibirá entre 4 y 5 puntos por arriba del Índice, mientras que la mala es que las reestructuraciones tienden a achicarla.
- En la franja baja de supervisores y jefes podría producirse una mejora de 8 a 9% sobre el costo de vida, por cuanto los puestos han sido ocupados por gente joven que reclamará recuperar el inicial bajo aplicado.”

1994.01. A8

(Pr12) A “BONO BONITO.

En casi todas las empresas, el eje de las remuneraciones está dejando de tomarse como porcentaje tradicional dentro del costo para vincularse directamente con la rentabilidad. Los consultores coinciden en destacar el aumento que registraron en el último año los premios relacionados con los resultados de la gestión y los beneficios adicionales.

Fue la primera iniciativa privada preparatoria del terreno para la reforma previsional en ciernes, que liberará a los sueldos superiores a los \$ 3.300 de las cargas sociales obligatorias que afrontan empleador y empleado.”

1994.01. A8

(Pr13) “Los gerentes de Coca-Cola o Pepsi están muy bien pagos y para sacar a alguien de su puesto hay que ofrecer primas y condiciones excepcionales. Allí brilla el fuego olímpico del éxito, donde se sube y se baja con facilidad, en ciclos que a veces no llegan a los seis meses. Por eso, existe el vedettismo.”

1994.01. A8

(Pr14) “En Harteneck & López, en cambio, se cree que habrá 30 mil vacantes para ventas en las administradoras de fondos de pensión y aseguradoras a partir de marzo, y que los agentes estatales expulsados por la racionalización administrativa y las privatizaciones encontrarán ahí su gran oportunidad.”

1994.01. A8

(Pr15) “...está en marcha una modificación en los perfiles hacia otra visión de la relación laboral, en la que el riesgo asume un papel protagónico. "Corporaciones multinacionales de gran porte empezaron a renovar sus cuadros intermedios, deshaciéndose de antiguos agentes

que se regían por viejos convenios para reemplazarlos por jóvenes a los que se capacita para afrontar los tiempos que corren", puntualiza.”

1994.01. A9

(Pr16) “En los programas de outplacement (capacitación para buscar trabajo) que organiza CM, el interesado promedio se reubicó en un plazo de 90 a 100 días. "En 80% de los casos se readaptaron y perdieron 20% de remuneración en términos de su último sueldo.”

1994.01. A9

(Pr17) “[Entrevista a] Béatrice Dautresme, la directora general internacional de Helena Rubinstein, relata, en este diálogo con FUTURA, su participación al frente de la mayor experiencia de reconversión en la industria cosmética.

“Esta profesora de ruso, graduada en letras, lleva 20 años de carrera ejecutiva en el sector, la mayor parte de ellos en el grupo L'Oreal, que adquirió a la legendaria compañía HR en 1988.”

1994.01. A17

(Pr18) “WILLIAM URY.

Fundador del Programa de Negociación de la Universidad de Harvard, autor de varios libros sobre el tema, requerido por grandes empresas y gobiernos para enseñar sus técnicas, William Ury es, sin duda, el más famoso experto mundial en un campo donde se juegan desde el éxito en los negocios hasta la paz entre naciones.”

1994.01. A18

(Pr19) “Al calor de un dólar accesible, las visitas internacionales se sucedieron casi sin solución de continuidad, en una ronda de seminarios, conferencias y workshops que congregaron a cantidades de ejecutivos de distinto nivel, todos ávidos por descubrir las recetas mágicas del marketing y del management.”

1994.01. A19

(Pr20) “Es la frase consabida que repiten orondos los gerentes de todo el mundo: "Lo más valioso que tenemos son los recursos humanos". Lo que no obsta para decidir despidos masivos si llega la orden de reducir costos o de contener las pérdidas. Pero este doble discurso llega a su fin.

“En diez años más, 70% del trabajo que habrá que realizar exigirá aptitudes intelectuales y no manuales. Esta afirmación tiene el respaldo de Charles Handy, el prestigioso experto británico en organización empresarial, y forma parte de un medular estudio denominado La empresa del mañana, el papel de los negocios en un mundo cambiante, que estará listo en su versión final para 1995.

“En un anticipo del ensayo en preparación, Handy sostiene que, aunque parezca paradójico, el sueño de Carlos Marx está a punto de convertirse en realidad: los trabajadores serán los dueños de los medios de producción. Y ello será así, añade, porque estos medios de producción estarán en la mente y en la punta de los dedos de estos trabajadores.

“La calidad de los recursos humanos que posea una firma será un activo financiero de primera magnitud. La diferencia entre el valor de los activos fijos de una empresa y el precio de esa misma empresa en el mercado suelen diferir. A veces, el último es tres o cuatro veces superior al primero.”

1994.02. A3

(Pr21) “Los negocios de todo tipo comenzarán a parecerse, en este sentido, a las agencias de

publicidad, a las firmas de consultoría, a las organizaciones financieras, donde lo que realmente vale es la imaginación de los que trabajan en ellas. Y donde esa capacidad se puede perder si ese personal emigra. Lo que realmente importa es el valor agregado que genere una empresa, y ese valor agregado lo generará esencialmente la calidad del personal que se tenga.”

1994.02. A3

(Pr22) “...los esquemas de participación del personal en la propiedad aumentarán, porque serán un mecanismo válido para retener esa fuente de talento y creatividad.”

1994.02. A3

(Pr23) “La movilidad laboral será intensa. Las empresas estarán permanentemente a la búsqueda de talento, y el papel de los reclutadores profesionales será cada vez más prestigioso y vital. Pero también los empleados buscarán su propio destino, a veces en grandes organizaciones, otras en conjunciones temporales de empresas, y en muchos otros casos en proyectos individuales.”

1994.02. A3

(Pr24) “Para el individuo, ya no será seductora la promesa de una larga carrera en una firma. Al contrario, lo estimulante será el desarrollo de proyectos donde se empleen al máximo las capacidades obtenidas, o donde además se pueda potenciar el conocimiento laboral. La organización empresaria girará en torno de grandes equipos de proyecto, cambiantes, respaldados por un pequeño equipo de producción, seguramente más estable, pero con menores ingresos.

“Con este panorama, buenas condiciones de trabajo y términos de empleo serán necesarios

pero de ninguna manera suficientes. Todos los empleadores ofrecerán lo mismo. Para ser más atractivos que la competencia, habrá que ofrecer participación en el negocio, para comprometer al personal con el futuro de la empresa y para perfeccionar y realimentar los recursos intelectuales, a pesar del riesgo cierto de que esos activos intelectuales pueden buscar nuevo rumbo.”

1994.02. A3

(Pr25) “HAZ LO QUE YO DIGO.

Todavía, a la alta gerencia del país le resulta más fácil hablar de estos patrones internacionales de evaluación del consumidor que incorporarlos en su propia organización, a pesar de que a su cliente le inculcan, a través de la televisión y de los medios, una forma de vida internacional, lo equipan con enseres automáticos (microondas, freezers y demás artefactos hogareños) para dejarle tiempo libre, le unifican los decorados urbanos con los shoppings, supermercados y maxi quioscos, y le ofrecen comprar a toda hora y, si prefiere, en su propio domicilio.

No es fácil para las cúpulas aceptar el pase de lo intelectual al terreno práctico, porque preguntarle a alguien qué opina de lo que se le brinda es exponerse a una crítica que no siempre se está en condiciones de escuchar. Mucho más cuando los conocimientos reales no acompañan a la investidura.”

1994.03. A1

(Pr26) “La tesis es cautivante: países y empresas se están rediseñando y reordenando en unidades más pequeñas y más vitales. Los gigantes corporativos transnacionales reformulan drásticamente la forma en que hacen negocios, o pierden relevancia. Los imperios crujen y las alianzas económicas laxas ganan en intensidad. Los movimientos nacionalistas adquieren una vitalidad insospechada.

“Uno de los futurólogos de mayor prestigio internacional, Naisbitt es el autor de Megatrends y de Megatrends 2000, dos rotundos éxitos de librería. La paradoja, en este caso, está alimentada por explosivos desarrollos en telecomunicaciones que simultáneamente crean la gigantesca economía global y multiplican la fortaleza de cada una de sus partes.”

1994.03. A2

(Pr27) “Entre los docentes jubilados, profesionales desocupados y ex gerentes de empresas que respondieron recientemente a un aviso se presentó, por ejemplo, un capitán retirado de la flota de YPF.

“Seguramente el capitán forma parte del 60% de postulantes que quedan descartados desde la primera entrevista "porque no dan con el perfil, no tienen garra, son tímidos o no están en condiciones de enfrentar el desafío", según explica la selectora de personal Gloria Cassano.”

1994.03. A12

(Pr28) “Aunque el grado de especialización de los vendedores depende de la estrategia de cada proyecto previsional, en todos los casos se los entrena para salir a la calle con la misión de vender una póliza y resumir los 194 artículos de la ley en un speech desarrollado en menos de 45 minutos y adecuado para cada caso en particular: un ama de casa, un operario, el gerente de una empresa o un profesor universitario.

“Pero, en líneas generales, según la opinión de la selectora Cassano, todo programa de capacitación "debe inducir a la gente al conocimiento del grupo que conforma el proyecto y al target al que apunta, debe capacitar sobre el producto y en técnicas de venta".”

1994.03. A12

(Pr29) “Los sueldos suelen ser el secreto mejor guardado en el mundo de los negocios. Usted puede conocer en detalle el plan estratégico de su jefe, o todas las cifras y datos de la

campaña del gerente de ventas de una empresa competidora. Pero, ¿sabe cuánto gana cada uno de ellos? Probablemente, no. Y sin embargo, es importante averiguarlo. Porque saber cuánto ganan otros es la mejor manera de determinar si el propio salario es justo, y constituye una poderosa herramienta de negociación a la hora de pedir un aumento que reconozca nuestro valor en el mercado de trabajo.”

1994.03. A18