



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Ser feliz en el trabajo : una receta para mutar la mediocridad en talento : un análisis discursivo de LinkedIn durante 2020-2022

Autores (en el caso de tesis y directores):

Lucía Dobelli

Ramiro Parodi, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2023

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Licenciatura en Ciencias de la comunicación social

Orientación cursada: Comunicación y procesos educativos

“Ser feliz en el trabajo: una receta para mutar la mediocridad en talento.”

Un análisis discursivo de LinkedIn durante 2020-2022.

Tesista: Lucía Dobelli

DNI: 36896577

Cel.: 1159549903

E-mail: lucia_dobelli@hotmail.com

Tutor: Ramiro Parodi

Año de entrega: 2023

Índice

Introducción

Enunciación de la hipótesis de trabajo.....	3
Presentación del tema	4
Estrategia de análisis.....	7
Secuencias discursivas.....	11

Perspectivas y contexto

Marco teórico.....	13
La coyuntura neoliberal.....	21
Estado del arte.....	26

Análisis

Capítulo I: Felicidad organizacional.....	35
1. La felicidad en el trabajo como inversión.....	41
1.1. Índice de la felicidad.....	45
2. La experiencia de ser feliz en el trabajo.....	50
2.1. Ser genial es ser resiliente.....	55
Capítulo II: La gestión del talento	62
1. Talento y profesionalismo: la búsqueda de la excelencia.....	63
1.1 La temporalidad del mundo V.U.C.A.....	70
2. Talento e impostores.....	75

Epílogo

Conclusiones.....	81
A modo de cierre.....	87
Bibliografía.....	89
Anexo documental.....	92

“Y del mismo modo que no podemos juzgar a un individuo por lo que él piensa de sí, no podemos juzgar tampoco a estas épocas de transformación por su conciencia, sino que, por el contrario, hay que explicarse esta conciencia por las contradicciones de la vida material, por el conflicto existente entre las fuerzas productivas sociales y las relaciones de producción.”

Karl Marx

Introducción

Enunciación de la hipótesis de trabajo

Esta tesina surge a partir de un trabajo de investigación que se desarrolló para la materia Comunicación III, cátedra Caletti - Romé, parte de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Durante la cursada de la misma, se planteó un análisis discursivo del significante “creatividad” dentro de la ideología neoliberal, comprendida como formación ideológica dominante de esta coyuntura. Mediante el análisis de un corpus de materialidades significantes aparecieron en dicho trabajo cadenas de sentido donde se trajo a escena la relación recurrente entre “creatividad” y “cambio”, “zona de confort”, “auto-superación”, entre otros significantes que interpelan al sujeto en su constitución subjetiva. De dicha investigación emergió que salir de la “zona de confort” es la actividad por excelencia del sujeto creativo neoliberal. Lo interpela una demanda de transformación permanente, que se sustenta en la lógica de que si no hay cambio hay “comodidad”, es decir, “normalidad”. Esta equivalencia entre comodidad/normalidad se constituye como rasgo no deseado (ya que implica ser uno más del montón) y como antítesis de la “creatividad” y del “éxito”. En este marco, el sujeto tiene prohibido rendirse a ser sí mismo.

Mencionamos esta breve síntesis de dichas conclusiones ya que serán premisas del análisis que intentará esbozar esta tesina, para continuar la reflexión respecto al neosujeto¹, ahora en relación al “trabajo” y la “felicidad”.

Partimos entonces por explicitar la hipótesis de este trabajo. La conjetura que se intentará plantear es cómo el proceso de neoliberalización se articula con procesos discursivos donde los significantes “felicidad”, “profesión” y “talento” se anudan al de “trabajo”, a través de una “ideología de la resiliencia”, y produciendo un “efecto sujeto”² específico. Un sujeto que debe ser feliz, y que eso implica aceptar las adversidades con una sonrisa, sabiendo que su capacidad de cambiar lo vuelve más atractivo. Un sujeto que, al ser feliz, se vuelve profesional, y esto lo convierte en un sujeto con talento. El hecho de serlo, lo hace deseable por el mercado del trabajo actual.

¹ El concepto de “neosujeto” será abordado en el marco teórico.

² Con “efecto-sujeto” nos referimos a que esta tesina entiende al sujeto como un resultado de los mecanismos de interpelación ideológica. Ampliaremos esta idea en el marco teórico.

Con esto dicho, la propuesta general es interrogarnos por los efectos prácticos-sociales que establecen determinadas configuraciones de sentido, en pos de otras. La invitación es a leer esta tesina desde una perspectiva crítica respecto a la producción social de significaciones.

Pensando el conocimiento como “proceso de producción y de escenario de luchas” (Romé, 2014,p.33), este trabajo de investigación tratará de acercar una contribución a la problematización existente en torno a los componentes ideológicos del neoliberalismo, para seguir profundizando la huella de las teorías que reflexionan sobre la producción de conocimiento desde una perspectiva práctico-material, y desde la firme intención de no erigir conceptos idealistas que cierren con anticipación la pregunta por el sentido. A su vez, apelamos a que este fenómeno de estudio no puede dejar de ser pensado en su relación inherente a la totalidad social compleja de la cual es parte. Por lo que la intención es describir y continuar profundizando el análisis acerca del sistema político - económico - ideológico que denominamos neoliberalismo.

En palabras de Romé y Hernández (2015):

Nos interesa, a partir de allí, y a distancia de otras tradiciones de investigación en el campo de la teoría de la comunicación (ceñidas más bien al estudio de los medios masivos, su estructura, su rol, las representaciones que vehiculizan), avanzar en análisis de problemas complejos que suponen una articulación de prácticas diversas, interrogando fundamentalmente su dimensión comunicacional, pero asumiendo que ésta se encuentra constitutivamente atravesada por la política. (p.78)

Con esto en consideración, se encuadra la tesina aquí descrita en el campo de los estudios en comunicación, específicamente dentro de las teorías de análisis del discurso. En un segundo plano, se tuvieron en consideración investigaciones respecto a la semiótica y los nuevos medios (como aquellos que tuvieron lugar a partir de Internet y las nuevas herramientas digitales) para ampliar la reflexión sobre el objetivo de estudios y las materialidades que allí encontramos.

Presentación del tema

Podríamos decir que la pregunta que aquí se propone empezó a tomar forma en y por la utilización de la plataforma LinkedIn como red social para la búsqueda de empleo.

LinkedIn se presenta como “la mayor red profesional del mundo con más de 850 millones de miembros más de 200 países y territorios”³. Allí coexisten diferentes tipos de usuarios que podríamos agrupar, en función de su actividad, en los siguientes perfiles: a) empresas/organizaciones civiles; b) usuarios con empleos; c) usuarios con servicios profesionales para ofrecer; d) usuarios que se presentan sin empleo y/o en “búsqueda laboral activa”.⁴

Consideramos oportuno mencionar en este punto los estudios sobre los usos de Social Media de la consultora Nielsen⁵. Antes de profundizar, dos aclaraciones. Por un lado, nos interesa traer este tipo de investigación a la conversación para explicitar el recorte de nuestro fenómeno de estudio, en esta plataforma específica, y a su vez la relevancia de dicho recorte o selección con relación al análisis del discurso. No obstante, también importa hacer la aclaración que mantendremos en esta tesina una perspectiva crítica respecto a las encuestas y/o sondeos de opinión en relación con la mirada que Sergio Caletti propone:

(el sondeo) ...se expande, junto con la publicidad política (su perfecto complemento) a un ritmo más intenso que cualquier otra herramienta para la acción y en detrimento de todas las demás: cualquier sondeo puede reorganizar los términos de un debate en ciernes o concluir con uno que esté en desarrollo; puede llevar al dictado de una medida o a suspenderla. Por fin, hay que señalar que condensa como ninguno, y a una misma vez, las lógicas del parloteo y del cálculo que paulatinamente perforan muchas de las otras modalidades aludidas que hacen a la política. (2016, p.23).

Dicho esto, tomaremos el estudio citado como artefacto que acompaña nuestra decisión de bucear en LinkedIn para describir lo “ya dicho” en relación con los significantes en cuestión.

Retomando, en su reporte del año 2012, la consultora Nielsen indicaba que *las personas* pasaban más tiempo en las redes sociales que en cualquier otro sitio web. En el siguiente reporte

³ LinkedIn. (s.f). *Acerca de LinkedIn*. Recuperado el 24 de julio de 2023 de <https://about.linkedin.com/es-es?lr=1>

⁴ Resulta importante aclarar que esta clasificación de usuarios es un recorte arbitrario que elegimos usar para los fines de esta tesina.

⁵ Nielsen es una organización que se dedica a la investigación de mercado y se define a sí misma como “(...) líder mundial en medición de audiencias, datos y análisis, y da forma al futuro de los medios de comunicación. Medimos el comportamiento en todos los canales y plataformas para descubrir lo que las audiencias adoran, empoderamos a nuestros clientes con inteligencia fiable que impulsa la acción.” (Nielsen. (s.f). *Acerca de Nielsen*. Recuperado el 24 de julio de 2023 de <https://www.nielsen.com/es/about-us/#overview>)

del 2016, especifican que el grupo social que más utiliza las redes sociales son aquellas personas entre 35 y 49 años, pasando alrededor de siete horas por semana en ellas. Mientras que personas de entre 18 y 34 años, estarían alrededor de 6 horas por semana. Por su parte, la consultora GlobalWebIndex⁶, realizó un informe en 2019 donde declara que, a nivel mundial, se están disponiendo un promedio de dos horas y veinticuatro minutos por día en redes sociales y aplicaciones de mensajería. En 2022, la agencia We Are Social⁷ y la plataforma Hootsuite⁸ publicaron Digital 2022⁹, un informe anual sobre las redes sociales y tendencias digitales. Según el mismo, hasta enero del 2022 se mantiene en el “mundo”, un promedio de dos horas y veintisiete minutos (considerando personas entre 16 y 64 años).

Ahora, teniendo en consideración dichos sondeos, y como nos interesa ir más allá del dato inicial de que parece existir una evidente inversión de tiempo de los sujetos en ellas, nos formulamos las siguientes preguntas: ¿Cuál es la mediación que establecen los discursos en esta plataforma? ¿Qué proceso discursivo sostiene la evidencia del sentido del “trabajo” en este espacio? ¿Qué otros sentidos circulan en esta red y hacen lazo con este significante?

Para avanzar en el análisis, resulta importante nombrar que entendemos a la red social como un sistema mediático, desarrollado a partir de Internet. Creemos importante esta mención ya que, al definir las como medios, se deduce que las redes sociales no operan de manera aislada, sino que son parte de las redes de sentido de las *sociedades hipermediatizadas*. Retomamos el término de hipermediación como lo construye Carlos Scolari (2008), refiriéndose a “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (p.113).

⁶ GlobalWebIndex es una consultora inglesa que se dedica a la investigación de mercado desde 2009.

⁷ We Are Social se define como “una agencia creativa global con orientación social y una experiencia inigualable en redes sociales. Con 1.300 empleados en 18 oficinas repartidas por cuatro continentes, ofrecemos una perspectiva global a nuestros clientes en un momento en el que las redes sociales están dando forma a la cultura” (WeAreSocial. (s.f) *We are social*. Recuperado el 24 de julio de 2023 de <https://wearesocial.com/uk>.

⁸ Hootsuite es una plataforma web y aplicación de Social Media Marketing que permite gestionar diferentes redes sociales y que se define como “La primera plataforma de gestión de redes sociales del mundo” (Hootsuite. (s.f) *Quiénes somos*. Recuperado el 24 de julio de 2023 de <https://www.hootsuite.com/es/about>).

⁹ We Are Social. (s.f). Informe Digital 2022.. Recuperado de: <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>

Por otra parte, según la investigadora en nuevos medios José Van Dijck, los medios sociales pueden caracterizarse en diferentes tipos. Dentro de esta categorización, están los “sitios de red social” los cuales “priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos; forjan conexiones personales, profesionales o geográficas y alientan la formación de lazos débil” (José Van Dijck, 2016, p.15). Coincidimos con ella en ubicar a LinkedIn en este último tipo.

Dicho esto, no forma parte del análisis que queremos emprender en esta tesina, retomar las diversas investigaciones existentes respecto a estas plataformas y sus usos, o debates respecto a interacciones y nuevas formas de organización social que allí se producen. Nos interesa ir más allá de una clasificación, como medio de comunicación, para interrogar a LinkedIn como una dimensión del entramado social donde se evidencian una serie de prácticas específicas y un conjunto de sentidos; a través de los cuales la ideología dominante circula y constituye las vivencias de los sujetos que allí interactúan. Nos proponemos realizar un recorrido crítico sobre las relaciones de sentido allí presentes para desarticular aquellos enunciados que se proponen como evidentes. Con desarticular nos referimos a indagar en las condiciones de producción de los discursos, qué objetos construyen, qué imperativos proponen y cuál es su relación con la formación social concreta donde tienen lugar, entre otras posibles preguntas a abordar.

Hechas estas aclaraciones, observamos que, en la coyuntura actual, LinkedIn funciona como una plataforma con una especificidad propia en relación a los significantes de “trabajo” y “empleo”. Con esto nos referimos a que allí aparecen con frecuencia discursos que dialogan sobre significantes como “empleados” o “colaboradores”, “curriculums”, “profesión”, “búsqueda laboral” y “empresa”, entre otros. Además, como ya mencionamos, la plataforma permite la creación de perfiles con información que se completa a partir de la experiencia laboral del usuario, u organización. Es decir, el usuario particular no puede agregar cualquier tipo de información¹⁰ en su perfil, sino que los campos de datos a completar remiten al formato de un curriculum de trabajo y, en el caso del perfil de empresa, la información a completar remite a relatar los servicios que se ofrecen. A su vez, existe propiamente una sección dentro de la plataforma, denominada “Empleos”, donde empresas u organizaciones publican búsquedas laborales que estén llevando a cabo y las respectivas condiciones o requisitos para poder aplicar a dichos puestos de trabajo. También hay una sección específica dedicada a artículos de interés

¹⁰ Con esto nos referimos a que los campos para completar, al crearse un perfil, no están librados al azar sino que solicitan un tipo de información determinada sobre el usuario, que está en relación a su historia o experiencia laboral.

y una denominada “Learning”, conformada por cursos online que proponen: “Mejora tus aptitudes” y “Adquiere las aptitudes con más demanda”.¹¹

Las características que venimos describiendo nos hacen considerar a los discursos que circulan en esta red social como materialidades discursivas significantes donde conviven relaciones de sentido acerca del trabajo en la coyuntura actual. Si bien, por lo anteriormente dicho, vemos en la plataforma un espacio privilegiado para recuperar documentos relevantes a nuestra investigación, ello no implica que en la misma solo “se hable” de trabajo. Allí encontramos la condensación de diversas evidencias ideológicas y, siendo nuestro propósito habilitar la pregunta por lo que el “sentido común” compone, lo encontramos como un objeto de estudio relevante. No obstante, se indagará en otras materialidades significantes que estén presentes en diversos ámbitos de circulación, “por fuera” de esta red, teniendo como criterio que la circulación de discursos no se restringe a un soporte. Como detallaremos más adelante, ni las formaciones discursivas se rigen por una unidad que funcione con anterioridad a las mismas, ni esta es la única superficie textual en la que nuestra investigación podría sustentarse.

Estrategia de análisis

Para llevar adelante el análisis discursivo, se realizará la confección de un corpus, entendido el mismo no como punto de partida sino como resultado¹² del proceso de análisis. Comprendemos dicho proceso de confección como una selección en función del fenómeno de estudio, de determinados supuestos teóricos y epistemológicos y de las preguntas o problematización que guiará la investigación. Problematización entendida aquí como el intento de generar una ruptura con lo evidente, con lo dado. Y comprendida a su vez como re-problematización (Aguilar, Glozman, Grondona y Haidar, 2014), es decir, como elaboración de un conocimiento crítico -

¹¹LinkedIn. (s.f) *LinkedIn Learning*. Recuperado el 24 de julio de https://www.linkedin.com/learning/subscription/topics?src=go-pa&trk=sem-ga_campid.17476246927_asid.140212061440_crid.651903381994_kw.linkedin%20learning_d.c_tid.kwd

310582843911_n.g_mt.e_geo.1000073&mcid=6977654453860491271&cid=&gclid=Cj0KCQjwwvilBhCFA RIsADvYi7KjkanrxZsxokiMVzLNnSTJtDsczH-9nlvvcZ0spjFDYbZo5D1diGQaApZuEALw_wcB&gclsrc=aw.ds

¹² Comprendemos este proceso a partir de lo que proponen Aguilar, Glozman, Grondona y Haidar (2014): *“(…) comenzar a pensar el ejercicio de producción de corpora como práctica constitutiva de la investigación: tanto sus formas como sus materiales (si se nos permite esta riesgosa distinción analítica) deberán ser el resultado (siempre provisorio) de un proceso de indagación y de análisis, en suma, de trabajo”.* (p.37)

una nueva puesta en serie - pero que nunca será por fuera del modo de producción determinado de conocimientos que habitamos:

Los criterios de puesta en serie no son, por lo tanto, homogéneos ni están definidos de antemano. Por el contrario, la forma del corpus (...), constituye una estabilización provisoria, relativa a un momento de la investigación; su disposición específica se mantiene solo hasta que aparezcan huellas que movilicen otros modos de pensar la puesta en serie y la delimitación de «nuevos» Dominios Interdiscursivos. (Aguilar et.al, 2014, p.62)

Retomamos esta problematización y partimos de pensar que “el conocimiento consiste en los materiales disponibles en una determinada coyuntura” (Romé, 2014, p.34), por lo que es mediante la confección de este corpus como recorte de determinadas materialidades discursivas - significantes - y su posterior descripción sistemática, que intentaremos traer a escenas diversas evidencias ideológicas de lo que “hay”, con el propósito de interrogarlas críticamente. Entonces, construiremos una problemática con la intención de - al menos - desnaturalizar los términos de la ideología neoliberal y sus verdades.¹³

Nos apartaremos así de las teorías de la enunciación que vinculan el decir como mero acto “libre” de un supuesto “yo” enunciativo - autor de su propio discurso - para pensarlo a partir de una teoría materialista del discurso. No es el sujeto quien habla, sino que este es hablado en y por el discurso (pensando esta operación como incognoscible para el sujeto, al menos en principio al no estar mediado por una actividad crítica). En este sentido, guiará nuestro análisis el reconocer la “especificidad material de los discursos” (Aguilar et al., 2014, p.39) por lo que esto inevitablemente lleva a preguntarnos por las condiciones de producción de estos. Al preguntarnos por las condiciones de producción, nos referimos a situar los discursos como parte de una totalidad social complejamente articulada. Es decir, preguntarnos por su relación constitutiva con formaciones discursivas ideológicas que suceden a espaldas del acto de habla.

¹³ Althusser repone el concepto de problemática como sistema de preguntas en su libro “Iniciación a la filosofía para los no filósofos” al reflexionar sobre los filósofos idealistas en relación a la religión y agrega: “Y la prueba de que se podía pensar de otra manera, de que se podía pensar en una problemática totalmente diferente, en los mismos tiempos difíciles para la filosofía, es la existencia de otra tradición distinta era idealista: la tradición Materialista que no solamente pensaba por fuera de la religión sino por fuera de los interrogantes religiosos transformados en interrogantes filosóficos, por lo tanto pensaba sobre una base completamente diferente, en una problemática totalmente diferente, denunciando y rechazando las preguntas que no tienen sentido.”(Althusser, 2015, p.45)

Siguiendo las elaboraciones de Michel Pêcheux, quien retoma a su vez los aportes de la teoría althusseriana respecto al concepto de ideología, y la teoría psicoanalítica de Jacques Lacan, reflexionaremos a partir de prácticas específicas que los producen y su relación - sobredeterminada¹⁴ - con esta totalidad de la cual son parte:

Si entendemos que la unidad del presente, del momento actual, sea cual fuere aquel que llama la atención del investigador, es una totalidad compleja sobredeterminada, el desafío es lograr dislocar su evidencia tal como se presenta y dar cuenta de su singularidad histórica en pos de entender (y explicar) sus procesos de formación. En el trabajo con materialidades discursivas, el esfuerzo será desmontar las unidades cuya homogeneidad no es sino un efecto ideológico. (Aguilar et.al, 2014, p.48)

Es por ello por lo que partimos de pensar el discurso como heterogeneidad. Navegaremos el corpus a partir de pensar las materialidades significantes como *ya* dadas y en relación con un orden del decir específico que existe por fuera - y anteriormente - al acto mismo del discurso, y que a su vez lo constituye: “toda secuencia es habitada por la palabra ajena” (Aguilar et.al, 2014, p.45).

Con relación a este punto, retomaremos de Pêcheux la noción que elabora como interdiscurso, para pensar el sentido - evidencia ideológica - como resultado de las relaciones entre discursos. Este concepto nos ayuda a pensar el corpus como formación discursiva para poder:

(...) definir la relación interna que mantiene con su exterior discursivo específico; en suma, determinar los avances constitutivos mediante los cuales una pluralidad contradictoria desigual e interiormente subordinada de formaciones discursivas se organiza en función de los intereses puestos en juego en la lucha de clases, en un momento dado de su desarrollo y en una formación social dada. (Pêcheux, 1948, p.196)

Tomaremos aquí la noción de formación discursiva como “aquello que, en una formación ideológica dada, esto es, a partir de una posición dada en una coyuntura dada, determinada por el estado de la lucha de clases, determina lo que puede y debe ser dicho” (Pêcheux, 2016, p.137). Entonces, pensar el corpus a partir de esta definición, nos permite por un lado reconocer la

¹⁴ Abordaremos en detalle el concepto de sobredeterminación, elaborado por el filósofo Louis Althusser, en el apartado que refiere al marco teórico.

ficción del discurso y, a partir de este (re)conocimiento, intentar desarticular el efecto ideológico, es decir, asomarnos al más allá de lo que “es”. Discutir aquellas relaciones de sentido que se presentan como dadas, sabiéndolas parte de un conjunto complejo y contradictorio de relaciones ideológicas y discursivas.

Con esto en consideración, el análisis del corpus se llevará a cabo trayendo al análisis comentarios, artículos, imágenes y textos publicados en LinkedIn, textos de sitios web y blogs, y avisos publicitarios. La recolección de documentos se realizó principalmente en esta red social, indagando en diferentes publicaciones de los diversos usuarios ya descritos y, a su vez, en diferentes artículos en blogs o medios online que hacían referencia al objeto de estudio. A través de ellos presentaremos las secuencias discursivas que reconocemos como recopilaciones de fragmentos de texto donde existen conceptos y relaciones ya formadas. Con esto en consideración, nos proponemos revisar de manera crítica que evidencias están presentes en el corpus, es decir, poner en cuestión el efecto de preconstruido (Pêcheux, 2016) para poder dar cuenta del desfasaje entre aquello que aparece dicho como evidencia ideológica y el todo complejo dominante que lo determina externamente”. Un desfasaje “en virtud del cual un elemento irrumpe en el enunciado como si hubiera sido pensado antes, en otra parte, independientemente” (Pêcheux, 2016, p. 139).

Este efecto de preconstruido es propio de todo discurso y es comprendido por Pêcheux como el olvido mismo del interdiscurso. Es decir, como el borramiento de la relación que dicho discurso tiene con otros discursos, independientes y que existen con anterioridad.¹⁵

En ese sentido, algunas de las preguntas que orientarán esta investigación serán: ¿Cómo se define y cómo actúa el significante “trabajo” en esta formación discursiva? ¿Cuál es la relación que se construye entre “trabajo” y “felicidad”? ¿Qué otros significantes se entrelazan en dicha relación? ¿Qué otros discursos aparecen en esta formación discursiva? ¿Cuáles son sus condiciones de producción? Además, nos interrogaremos respecto a: ¿Cuál es la especificidad de estas relaciones considerando la coyuntura actual? ¿Podemos hablar de un proceso de neoliberalización de la felicidad? ¿Qué “efecto sujeto” emerge de nuestro corpus?

¹⁵ Este borramiento se da a partir del proceso de interpelación ideológica de reconocimiento/identificación del sujeto, el cual describiremos en el marco teórico.

Secuencias discursivas

A su vez, nos proponemos llevar a cabo nuestro análisis a partir de un descentramiento, es decir, re-introducir la discontinuidad como noción clave en la operación de descripción de los acontecimientos (Foucault, 1970). Tomando como referencia a la arqueología de Michel Foucault, trataremos de analizar la emergencia de regularidades entre los documentos que hacen al corpus, e interrogarlos a partir de la problemática que los unifica y que, en este proceso, produce la naturalización de dicha unidad. Naturalización comprendida como operación que borra la dimensión genealógica de los sentidos:

La naturalización opera mediante el desconocimiento de la historicidad de las prácticas (incluidas las discursivas). Con «historicidad» no nos referimos al despliegue de una temporalidad teleológica, sino a las luchas que, a través de diversas coyunturas, hicieron del objeto presente lo-que-es-y-no-otra cosa. (Aguilar et.al, 2014, p.62)

Como adelantamos brevemente, la problemática que aúna lo aquí descrito se pregunta sobre la relación entre los significantes que se entrelazan en el corpus analizado, en relación al “trabajo”, la “profesión”, el “talento” y la “felicidad”, y de estos para con la ideología neoliberal, pensada como la ideología dominante en la coyuntura actual. Interrogando a la vez los efectos prácticos de esta relación en las subjetividades. Por cuestiones metodológicas, resulta relevante volver a recordar que la circulación del sentido no está limitada a los documentos trabajados, sino que existe por fuera de los mismos – como exterior constitutivo – y se configura en ellos a partir de trazos o huellas discursivas que representan las formaciones ideológicas a las que responden (Pêcheux , 2016).

Así, la descripción del corpus nos fue llevando a elaborar y delimitar una serie de ejes discursivos, que a su vez se manifiestan en la división de la tesina en dos capítulos.

En principio recuperamos una primera descripción de qué es “felicidad” dentro de esta formación discursiva y encontramos su articulación con los significantes “inversión”, “productividad” y “ventaja competitiva”, entre otros que serán descriptos al avanzar en el análisis. Esto nos llevó a definir una primera secuencia discursiva que es pensar a la felicidad como una inversión, haciendo presente el cruce de esta formación discursiva con una formación discursiva “mercantil”. En el recorrido por los documentos, observamos que otra característica que aparece junto a “felicidad” es la de “bienestar”. A partir de allí, elaboramos una segunda

secuencia, la cual pensamos intervenida por una formación discursiva que hace foco en ser “resiliente”. Esta secuencia presenta la evidencia de que la felicidad está asociada a significantes como “genialidad”, “actitud”, “cambio” “mejor versión” e “inteligencia emocional”. Profundizar en este último eje nos llevó a observar que el objeto discursivo de nuestro análisis – la felicidad en relación al trabajo – conlleva, aparentemente, lo que nombraremos como un proceso de “humanización”¹⁶ de las empresas u organizaciones. Elegimos utilizar el término aparentemente ya que el segundo capítulo de esta tesina pretende poner en cuestión este punto. Esto es debido a que el corpus nos trae también una construcción específica de aquellos sujetos que son “objeto” de la felicidad organizacional y aquellos que no lo son. El segundo capítulo desplaza el razonamiento hacia una pregunta por la producción de subjetividades, poniendo en duda la evidencia que señala que esta “felicidad” es “para todos”.

Perspectivas y contexto

Marco teórico

Resulta fundamental describir desde qué posición teórica abordaremos los procesos discursivos que vamos a analizar. En principio, la tesina se nutre de aquellos aportes teóricos que, a partir del fenómeno que se denomina como “giro lingüístico”¹⁷, postulan la no opacidad del lenguaje y lo construyen como problemática de estudio. Adherimos a la distinción materialista entre objeto real (como lo concreto-real) y objeto de conocimiento, como punto de ruptura con la filosofía idealista¹⁸ y comprendiendo la producción de conocimiento como proceso inacabado. Junto a su rechazo del subjetivismo¹⁹ como forma de acceder a conocimiento científico verdadero. Tal como afirma Gilles Deleuze: “existe un sinsentido del sentido, un sinsentido del

¹⁶ Elegimos utilizar este término debido a que en los documentos analizados, veremos como opera un proceso discursivo que introduce la dimensión de lo “humano” en el ámbito de la empresa. Este proceso de humanización estará signado por el atravesamiento de diferentes formación discursivas (específicamente de la salud y de las emociones) que se entrelazan entre sí y que componen una secuencia discursiva que anuda el sentido de la “felicidad organizacional”.

¹⁷ Con esto nos referimos a la introducción en el siglo XX del problema del discurso en diversas disciplinas. En una síntesis muy acotada, el entendimiento de las diferencias ciencias como discursos y el impacto de esta perspectiva en la producción de conocimiento.

¹⁸ Punto de ruptura ya que es la anulación de un posible significado trascendental de las cuestiones humanas: “Es reconocer que todo significado está también en posición de significante” (Romé y Hernández, 2015, p.77).

¹⁹ El rechazo al subjetivismo está en relación con la revisión del sujeto particular como causa de la historia.

que resulta el propio sentido y hay siempre “mucho sentido”, una sobredeterminación del sentido” (1969, como se citó en Romé y Hernández, 2015, p.77).

A partir de las consecuencias del mencionado “giro lingüístico”, retomaremos la lectura crítica que hace Louis Althusser sobre la noción de ideología en la teoría marxista clásica, para recuperar una perspectiva crítica que se separa de la noción de sujeto que propone la filosofía clásica.

Tomamos como punto de partida la distinción althusseriana entre Ideología general e ideologías prácticas para superar el abordaje del concepto de ideología como “falsa conciencia” o distorsión de una supuesta realidad. En palabras de Pêcheux (2015):

(...) el proletariado en efecto no pertenece a otro mundo, exterior a la burguesía capitalista, que contendría su propia ideología como un germen independiente, por lo tanto, una ideología trabada, reprimida, dominada, pero no obstante lista para salir armada como Atenea y para dominar cuando llegue el día: esta es una falsa concepción de la ideología dominada. No se trata, en realidad, solamente de una dominación externa que constituya, si puede decirse, una tapa burguesa sobre una olla de tendencias revolucionarias, sino también, y sobre todo, de una dominación que se manifiesta por la organización interna de la ideología dominada en sí misma, propia de las relaciones de producción capitalistas (...). (p.7)

Hecha esta aclaración, precisamos que este trabajo comprende la Ideología como realidad social objetiva y que la misma se constituye en el sujeto mediante sus efectos en prácticas materiales específicas. Entendiendo que posee una función práctico social, que es la de adecuar a los individuos en la estructura social y garantizar la reproducción de esta, componiendo determinadas formas subjetivas y no otras. Así, la ideología actúa a través de prácticas, instituciones, sistemas de creencias, como estructura que organiza el pensamiento y por ende la manera (imaginaria) en que el sujeto experimenta el mundo.

Aquí hacemos una pequeña salvedad para comentar que Althusser elabora la noción de Ideología a partir de un nexo con el concepto freudiano de inconsciente. La Ideología, al igual que este último, posee un carácter eterno y omni-histórico. Lo que quiere decir que está por fuera de la historia, como historia de la lucha de clases. Decimos imaginaria ya que “no son sus

condiciones reales de existencia, su mundo real, lo que los hombres se representan en la ideología, sino que lo representado es ante todo la relación que existe entre ellos y las condiciones de existencia” (Althusser, 1970, p.56).

Lo ideológico configura y sostiene los modos de hacer del hombre y como tal, organiza la producción de significaciones y subjetividades:

(...) tiene como efecto y función no sólo la configuración de formas subjetivas convenientes, ajustadas, al orden social en el que se inscriben, sino también, simultáneamente, la producción de la evidencia de esas mismas relaciones, que las hace aparecer como un fenómeno natural, borrando su carácter histórico. (Romé y Hernández, 2015, p.87)

Ideologías, en plural, será comprendido como la existencia concreta, material y unificada, de la ideología dominante (es decir, la ideología de la clase dominante en esta coyuntura). Estas son materializadas en lo que Althusser denominó “aparatos ideológicos de Estado” - o AIE - comprendidos como instituciones especializadas, con prácticas específicas, y emplazadas como aparatos de la superestructura²⁰ de una formación social. Esta tesina comprende a la empresa u organización como AIE para analizar de manera crítica como en sus prácticas discursivas se reproducen evidencias de sentido propias de la ideología neoliberal (ideología dominante).

En este sentido, se recuperará a su vez la categoría de “sobredeterminación” que trabaja Althusser (1967), para pensar la relación entre las ideologías y las condiciones materiales de existencia de una formación social. Es decir, entre las condiciones de existencia, y las superestructuras que derivan de estas. Partiremos de pensar la coyuntura actual como “contradicción compleja”. Con ello nos referimos a que, en una formación social capitalista, la economía (comprendida como base) es la práctica social dominante, pero no es la única racionalidad determinante, sino que es aquella con mayor eficacia con relación al resto de las prácticas sociales propias a dicha formación social. La reproducción del modo de producción en

²⁰ Nos referimos a los conceptos de estructura y superestructura como son definidos por Marx: “(...)en la producción social de su existencia, los hombres establecen determinadas relaciones, necesarias e independientes de su voluntad, relaciones de producción que corresponden a un determinado estadio evolutivo de sus fuerzas productivas materiales. La totalidad de esas relaciones de producción constituye la estructura económica de la sociedad, la base real sobre la cual se alza un edificio [überbau] jurídico y político, y a la cual corresponden determinadas formas de conciencia social.” (Marx, 1980, p.25)

que una sociedad específica se organiza para reproducir sus condiciones materiales de existencia se hace efectiva en la superestructura que compone. Las relaciones sociales existen y se sostienen en los efectos de las relaciones superestructurales, y no por fuera de ellas. Así, la manera cómo los hombres se organizan para producir su modo de vida tiene que ver con la articulación desigual de las múltiples prácticas humanas (con sus múltiples contradicciones) y con la eficacia social que dicha unidad articulada mantiene a lo largo de los procesos históricos, sostenida en y por sus efectos en una coyuntura histórica específica.

De esta manera, Althusser trae al análisis las circunstancias políticas y la dimensión ideológica. En esta unidad articulada, las dimensiones en juego no quedan perdidas en la nueva configuración, sino que mantienen su eficacia propia y sus modalidades de acción específicas, influenciando y dejándose influenciar en un proceso no acabado:

(...)la "contradicción" es inseparable de la estructura del cuerpo social todo entero, en el que ella actúa, inseparable de las condiciones formales de su existencia y de las instancias mismas que gobierna; que ella es ella misma afectada, en lo más profundo de su ser, por dichas instancias, determinante pero también determinada en un solo y mismo movimiento, y determinada por los diversos niveles y las diversas instancias de la formación social que ella anima; podríamos decir: sobredeterminada en su principio.
(Althusser, 1967, p. 81)

En línea con esto, nos parece importante retomar los aportes de la lectura de Pêcheux respecto a los AIE como formaciones ideológicas que son el lugar de reproducción, pero también de transformación de las relaciones de producción, ya que son concebidos como lugar y medio de realización de la ideología dominante (pensado en una formación social específica, que se erige a partir de la división de clases). Es decir, estos no existen con anterioridad a la lucha de clases como expresión consolidada. Los AIE son pensados como un conjunto complejo donde sus partes mantienen relaciones de contradicción - desigualdad - subordinación y como tal, poseen una importancia relativa (Pêcheux, 2013). Esto los habilita como espacio que contiene a su vez las "condiciones ideológicas de la transformación de las relaciones de producción" (Pêcheux, 2013, p.4). Sostener o transformar dichas relaciones es lo que está en juego en la lucha ideológica de clases.

Dicho esto, y como otro elemento constitutivo de nuestro análisis, retomaremos la tesis central de Althusser con relación al término Ideología siendo que, esta última, recluta a los individuos concretos como sujetos ideológicos. Así, comprenderemos la noción de sujeto a partir del necesario mecanismo de interpelación ideológica que lo convierte en tal.²¹ Es decir, como efecto ideológico de una determinada formación social. Partiendo todo posible análisis desde la hipótesis que “los hombres toman conciencia de su lugar en el mundo y en la historia en el seno de esta inconsciencia ideológica” (Althusser, 1965, p.193).

Según Althusser, esta identificación que se produce en y por el proceso de interpelación ideológica provoca que los sujetos “marchen solos” bajo la apariencia de una supuesta libertad o dominio de sí mismos. Para que este mecanismo de reconocimiento funcione debe a su vez permanecer oculto, desconocido - tal como el concepto de inconsciente freudiano-, asegurando así la sujeción al orden dominante:

Observamos que la estructura de toda ideología, al interpelar a los individuos como sujetos en nombre de un Sujeto Único y Absoluto es especular, es decir en forma de espejo, y doblemente especular; este redoblamiento especular es constitutivo de la ideología y asegura su funcionamiento. Lo cual significa que toda ideología está centrada, que el Sujeto Absoluto ocupa el lugar único del Centro e interpela a su alrededor a la infinidad de los individuos como sujetos en una doble relación especular tal que somete a los sujetos al Sujeto, al mismo tiempo que les da en el Sujeto en que todo sujeto puede contemplar su propia imagen (presente y futura), la garantía de que se trata precisamente de ellos y de Él (...). (Althusser, 1970, p.76)

Al reflexionar acerca de los procesos de identificación simbólica e imaginaria del sujeto con el Sujeto, se hace presente el vínculo entre la teoría althusseriana y la teoría de Lacan respecto al orden simbólico como gran Otro, proveedor de sentido. El Sujeto althusseriano funciona de forma similar al Orden Simbólico lacaniano.

²¹ “La interpelación ideológica coloca a los hombres en condiciones de representarse como sujetos en el lugar que se le ha reservado en las relaciones sociales de producción, y de vivir el discurso ideológico –y el mundo que en él se teje- como el producto de sus propias razones, de su propio albedrío, de su propia identidad.” (Althusser, 1988, como se cita en Romé y Hernández, 2015, p.89)

Para Lacan, el sujeto es el sujeto del inconsciente (como para Althusser lo es de la ideología). Esto es debido a que, en la constitución del individuo como un “yo”, parte de una cultura, opera una alineación necesaria. Esta alineación es la estructuración del sujeto a partir del orden de lo imaginario y lo simbólico²². El orden simbólico es el orden del significante, aquello que está dado por la cultura. La alineación es pensada como necesaria debido a que es el mecanismo mediante el cual el sujeto se reconoce a sí mismo y entabla relaciones intersubjetivas. Traemos este punto a cuestión porque tanto en Lacan como en Althusser, el sujeto se constituye a partir de una exterioridad constitutiva (Ideología – Orden simbólico). Estos vínculos nos servirán a su vez para seguir reflexionando sobre la forma en que se constituyen los sujetos - siempre ya sujetos - en el marco que habilita la ideología neoliberal.²³

En este abordaje, recuperaremos a su vez la teoría de la significación lacaniana según la cual este proceso no se sostiene en función de un significado último, verdadero, sino por la conexión con otra significación. Así, “significante” se comprende como aquello que no tiene un sentido establecido a priori, sino que la significación tiene lugar al establecerse una relación con otros significantes. Esta elaboración de Lacan rompe con la teoría del signo saussureano²⁴ para establecer un vacío²⁵ en el sentido, el cual se cubre a partir de la puesta en juego de una red de significantes. La significación es elaborada y se consolida a partir de esta red que denota una combinación específica (de significantes). Es decir, el significado sucede como efecto.²⁶

Para profundizar en este aspecto, nos interesa retomar aquí la lectura que realiza Slavoj Žižek (1992) del proceso en cuestión. En su texto “Che vuoi?” se pregunta y responde:

²² Este acontecimiento es lo que Lacan conceptualiza como “Estadío del espejo” donde tiene lugar la operación del “yo” que hace a la emergencia del sujeto como tal.

²³ La primera evidencia ideológica es concebir al sujeto como siempre ya sujeto. En palabras de Althusser (1970): “Ustedes y yo somos siempre ya sujetos que, como tales, practicamos sin interrupción los rituales del reconocimiento ideológico que nos garantizan que somos realmente sujetos concretos, individuales, inconfundibles y (naturalmente) irreemplazables” (p.56). En este sentido, el devenir sujeto opera en una matriz de significación particular, propia de la coyuntura.

²⁴ Teoría según la cual un signo lingüístico se compone por un significante y un significado, siendo que el primero se funda a partir de la representación del segundo.

²⁵ Este vacío de significado en última instancia, será a su vez pensado por Lacan con relación a la constitución subjetiva. Para Lacan, el “yo” del sujeto es una forma que surge para encubrir el vacío de la estructura. El sujeto es un significante entre otros significantes.

²⁶ Este proceso de fijación del sentido funciona como un efecto retroactivo: “La nominación es necesaria, pero lo es, por así decirlo, necesariamente después, retroactivamente, una vez que estamos ya “en ello” (Žižek, 1992, p.135)

¿Qué es lo que crea y sostiene la identidad de un terreno ideológico determinado más allá de todas las variaciones posibles de su contenido explícito? (...) El cúmulo de significantes flotantes, de elementos proto-ideológicos se estructura en un campo unificado mediante la intervención de un determinado ‘punto nodal’ (el point de capiton lacaniano) que los ‘acolcha’, detiene su deslizamiento y fija su significado. (p.125)

Este campo unificado al cual refiere Žižek es el orden simbólico que actúa como garante de las verdades de la vida social. En el proceso de identificación simbólica, el sujeto se ubica en la red intersubjetiva asumiendo determinados *mandatos*, que funcionan como demandas del gran Otro.

Recuperaremos esta idea de exterioridad constitutiva como marco para el análisis de nuestro corpus, considerando que los procesos discursivos no están regidos sólo por reglas internas - intradiscurso - sino por la existencia de un interdiscurso no dicho: la ideología - neoliberal en esta coyuntura - y las luchas que allí se dan. Este entendimiento nos acompañará en la pregunta por lo evidente.

A su vez, nuevamente los aportes de Pêcheux permitirán vincular lo explicitado con el análisis del lenguaje a partir de su dimensión material. Es decir, cómo funciona la ideología mediante prácticas específicas y en su relación con esta doble matriz de desconocimiento y reconocimiento ideológico: el sujeto como origen y efecto de (la categoría de) discurso.

Al relacionar ambos procesos – constitución del sujeto y constitución del significado – Pêcheux (2003) propone pensar al “sujeto como proceso (de representación) dentro del no sujeto constituido por la red de significantes, en el sentido de Lacan: el sujeto es atrapado en esta red (...) de modo que resulta ser la causa de sí mismo” (p.167)

Aquí hacemos una aclaración para nombrar que para Pêcheux, este estar “atrapado” en la red puede tomar diferentes formas, pudiendo haber otros posibles desplazamientos a la identificación espontánea de los sujetos:

En ocasión del desencadenamiento de la Primera Guerra Mundial, por ejemplo, la gran mayoría de los sujetos franceses “marcharon solos”: Francia está amenazada / nosotros somos todos franceses / ¡esto es la guerra! -una cadena de evidencias del orden del

hecho consumado, acuñadas y articuladas en diversas constataciones y conminaciones cargadas de evidencias preconstruidas inculcadas(...). (Pêcheux, 2015, p.9)

Hasta aquí, Pêcheux describe la modalidad donde hay coincidencia entre sujeto/Sujeto que tiene su síntesis en la expresión “marchan solos”, refiriéndose a que el individuo interpelado reconoce y acepta el estado de cosas existente como lo que es y no pudiendo ser de otro modo. No obstante, introduce otra modalidad de la interpelación ideológica a la cual denomina como contra-identificación. En este proceso si bien parecería no haber coincidencia entre sujeto/Sujeto - como subproducto de la lucha de clases - lo que en realidad sucede es una inversión del mecanismo que es recuperado en los términos que la ideología dominante propone:

(...)Introduce así el término contra-identificación para caracterizar ese proceso ideológico de no-coincidencia, en el cual las evidencias empíricas singulares se separan de la evidencia universal: por ejemplo, la evidencia republicana-burguesa según la cual “los franceses son iguales ante la guerra” se encuentra tomada en sentido literal y dada vuelta [retournée], en un funcionamiento espontáneo de la ideología dominada del proletariado obrero y campesino, por esta otra evidencia, cruelmente absurda pero llena de sentido, que hace que “sean siempre los mismos los que mueren”, y que, tomando literalmente la ideología de la Igualdad y dándola vuelta [retournant], forma la base del pacifismo, en Francia, y también en Alemania, en Rusia, etc. (Pêcheux, 2015, p.9)

Es decir, la no-coincidencia es expresada en los mismos términos que la ideología dominante propone. En esta tesina, recuperaremos esta categoría en el segundo capítulo, para analizar los efectos sujeto que se construyen como “opuestos” al trabajador objeto de la felicidad.

Por otro lado, Pêcheux señala un tercer mecanismo, que también es pensado como efecto de ruptura ideológica, al cual nombra como des-identificación (y el cual recupera de la práctica leninista que desemboca en octubre de 1917):

“(...)la práctica leninista no se contenta con dar vuelta [retourner] las evidencias impuestas por los Aparatos Ideológicos del Estado: retomando y desarrollando ciertas intuiciones de Marx y de Engels, el leninismo se propone hacer volar en pedazos

nociones como las de “derecho igual”, de “Estado libre”, de “reparto equitativo”, etc., mostrando que esas nociones presuponen su solución en el mismo momento en que se formulan las preguntas que ellas evocan, disimulando completamente que la verdadera base de la solución es en realidad incompatible con la de la pregunta”. (Pêcheux, 2015, p.10)

Entonces, para Pêcheux la des-identificación es un proceso que cuestiona al sujeto y a la evidencia de sentido que lo constituye. En su análisis la práctica política leninista, encuentra y describe la des-identificación como mecanismo de resistencia que produce desde los márgenes de lo dado, habilitando la posibilidad de transformación del orden hegemónico ya que esta modalidad permite un desplazamiento, un poner en puntos suspensivos la evidencia de sentido, que, sin embargo, no es un estar por fuera de lo ideológico (por ello no hablamos de desubjetivación, sino des-identificación). Pêcheux observa en este acontecimiento político una ruptura epistemológica porque altera el orden de relaciones, transformando la forma-sujeto vigente y lo que ella incluye.

(...)este aspecto de la "práctica política de nuevo tipo" que constituye el marxismo-leninismo apunta a transformar la configuración del "complejo de los aparatos ideológicos de Estado" de tal suerte que, en la relación contradictoria de reproducción/transformación de las relaciones de producción, la transformación prevalezca sobre la reproducción, en virtud de una "inversión-reestructuración" de las relaciones de desigualdad-subordinación que caracterizan el "todo complejo con dominante" de los aparatos ideológicos de Estado y de las formaciones ideológicas inherente a las relaciones de producción capitalistas.”(Pêcheux, 2016, p.181)

A manera de cierre de este apartado, es entonces en el discurso mismo donde los sujetos se reconocen como *ya sujetos* y es a su vez, en el desconocimiento de esa interpelación que se constituyen. Traemos la teoría de Pêcheux al análisis ya que pone en juego la relación entre la evidencia ideológica de la existencia espontánea del sujeto y la evidencia del sentido, presente en el uso del lenguaje. La operación de preconstruido, como efecto discursivo que funciona con anterioridad al enunciado, coincide con la interpelación ideológica del sujeto, a partir de la cual este desconoce su sujeción: “(...) oculta el hecho de que se trata del resultado de una identificación-interpelación del sujeto, cuyo origen ajeno es, sin embargo, ‘extrañamente familiar’ para él” (Pêcheux, 2003, p.166).

A nuestros fines metodológicos, evidenciar los preconstruidos, insertos en los documentos, nos permitirá rastrear las huellas discursivas de la formación ideológica dominante.

La coyuntura neoliberal

En este apartado haremos algunas precisiones sobre el contexto y la temporalidad donde tienen lugar los documentos que conforman el corpus, así como la producción de esta tesina.

Según David Harvey (2007), el neoliberalismo toma forma como respuesta a la crisis del “liberalismo embrizado”, la cual podríamos ubicar en un período de tiempo a finales de la década de 1960 y principios de 1970. Esta categoría hace referencia a la organización político-económica que tiene lugar a nivel mundial pos Segunda Guerra Mundial, modelo que se caracterizaba por tener una impronta de tipo “keynesiana”:

(...) el Estado debía concentrar su atención en el pleno empleo, en el crecimiento económico y en el bienestar de los ciudadanos, y que el poder estatal debía desplegarse libremente junto a los procesos del mercado – o, si fuera necesario, interviniendo en él o incluso sustituyéndole -, para alcanzar esos objetivos. (Harvey, 2007, p.11)

El control o regulación de las fuerzas del mercado por parte de los estados, que caracterizó este período, fue cediendo lugar a la liberación del poder financiero y el libre mercado. A su vez, los procesos de neoliberalización tuvieron como origen y consecuencia la recuperación del poder por parte de las élites financieras y la anulación de otras alternativas políticas (como el comunismo)- que podían emerger como posibles amenazas al orden capitalista²⁷. A este proceso Harvey (2007) lo denomina como “giro hacia el neoliberalismo”.

Dicho giro combina ciertas tendencias que constituyen al neoliberalismo como modelo político-económico con características específicas. En principio, Harvey señala una restitución del poder hacia las clases o sectores de gran potestad económica, posiciones que a su vez fueron ocupadas por nuevos actores:

²⁷ Esto implicó a su vez que los sindicatos y otras instituciones colectivas sean desmanteladas en favor de la disposición de trabajadores aislados, vulnerables a las necesidades variables de las organizaciones en la búsqueda de una mayor acumulación de capital.

(...) un notable foco del ascenso del poder de clase bajo el neoliberalismo, debe atribuirse a los altos directivos que son los operadores decisivos en los consejos de administración de las empresas, y a los jefes del aparato financiero, legal y técnico que rodea este santuario de acceso restringido de la actividad capitalista (...) Pero sería equivocado reducir el concepto de clase alta a este grupo únicamente. La apertura de nuevas oportunidades empresariales, así como también las nuevas estructuras existentes en las relaciones comerciales, han permitido la emergencia de procesos sustancialmente nuevos de formación de clase. Se amasaron fortunas de la noche a la mañana en sectores nuevos de la economía, como la biotecnología y las tecnologías de la información. (Harvey, 2007, p.35)

En línea con esto, considera que este giro ha significado la “financiarización de todo” (Harvey, 2007, p.35). Es decir, este dominio de las finanzas sobre la economía, como mercantilización²⁸, se extendió a diversos procesos sociales y políticos, incluyendo los vínculos subjetivos, así como escenas de la vida cotidiana de los sujetos. Lo que se produce es una operación donde el orden social asume los términos del orden económico. En el análisis del corpus, haremos referencia a este proceso mostrando como significantes, que suelen remitir a una formación discursiva “económica” o “financiera”, se extienden para pensar a los sujetos trabajadores y a la felicidad dentro de la empresa.

Otra de las tendencias que caracteriza este proceso de neoliberalización fue la disolución de muchas formas de solidaridad social en función de la valorización del individualismo, la propiedad privada y la responsabilidad personal (Harvey, 2007). Podríamos considerar que esta conversión queda signada bajo la frase enunciada por Margaret Thatcher en 1987, respecto a que no existe la sociedad, sino únicamente hombres y mujeres individuales, y las familias. Esta primacía de la libertad individual afectó diferentes prácticas sociales, donde el énfasis se trasladó hacia el consumo y la elección libre del propio estilo de vida, teniendo como correlato una reducción del papel del Estado como garante de ciertas protecciones sociales sobre los individuos.²⁹ La libertad es configurada por el discurso liberal a partir de la ruptura con las tradiciones subjetivas propias del período pre-capitalista. Sin embargo, tal como mencionan Christian Laval y Pierre Dardot (2010) esta condición de libertad tiene un precio, ya que nuevas

²⁸ Con esto hacemos referencia al proceso de “poner un precio a cosas que en realidad nunca fueron producidas como mercancías” (Harvey, 2007, p.174).

²⁹ Susana Murillo refiere a este proceso como “principio de subsidiariedad del Estado” (Murillo, 2011, p.13)

determinaciones actúan constantemente sobre los sujetos siendo en la actualidad la lógica mercantil el principio que estructura las relaciones humanas.

El neoliberalismo como nuevo lazo social mantiene esta configuración en torno a las libertades y, según Susana Murillo (2008), desarrolla una microfísica del control sobre las experiencias singulares de las subjetividades³⁰, sostenida en la creencia de la completa autonomía, individualidad y propiedad de sí de los sujetos³¹. Según Murillo, esta configuración se sostiene a su vez en una transformación del paradigma sociotécnico, la cual operó a partir de dos elementos: la flexibilidad (integrada por el imperativo por la innovación constante y la adaptación al cambio, que tiene como resultado la precarización de las prácticas sociales) y la integración (es decir, la disciplina económica como lógica rectora de la totalidad de la vida de los sujetos neoliberales).

En relación con nuestro análisis, la dimensión del mercado del trabajo experimenta esta misma reconfiguración hacia lo flexible:

El abandono por parte del Estado de las medidas de protección social cubiertas por el sistema de bienestar y los cambios inducidos por la tecnología en la estructura del empleo que tornan redundantes a segmentos significativos de la fuerza de trabajo, culminan el proceso de erigir el dominio del capital sobre la fuerza de trabajo en el mercado. El trabajador individualizado y relativamente impotente se enfrenta, por lo tanto, a un mercado laboral en el que únicamente se le ofrecen contratos de corta duración y en términos personalizados. La seguridad que brindaba la permanencia indefinida se ha convertido en algo del pasado (...). (Harvey, 2007, p.177)

El escenario laboral se ve atravesado por diversas características, pero todas confluyen hacia una misma finalidad: mayor acumulación de capital por parte de las élites económicas. Como señala Harvey, algunas de estas características son una mayor precarización e inseguridad laboral, la pérdida de beneficios y formas de protección laboral (adquiridas a través de la lucha obrera), mayor reducción de los salarios y mayor desempleo. A esto podemos adicionar también

³⁰El control y administración sobre las subjetividades sobre el que reflexiona Murillo (2008) se piensa con relación a una hiperbolización del orden policial en términos de Jacques Ranciere, es decir, del refuerzo de la lógica de la ley que identifica, jerarquiza y delimita lo dado definiéndolo como verdadero.

³¹ Según Laval y Dardot (2010), la exaltación de la individualidad fue producto de la reapropiación por parte de la ideología dominante de los movimientos ligados a mayo del '68.

lo que plantea William Davies (2016) en relación a la extensión del parámetro de la mercantilización ya descrito, sobre la fuerza de trabajo:

Las cuestiones normativas de equidad, recompensa y reconocimiento pasan a ser canalizadas hacia pruebas económicas de eficiencia y comparaciones de «excelencia». Unido a las luchas de mercados y cuasimercados, el ideal es el de la meritocracia, de recompensa legítimamente ganada y no arbitrariamente heredada. (p.137)

Este ideal de meritocracia que menciona Davies, se pone en juego en diversos procesos dentro de las organizaciones. Uno de ellos es la “evaluación de desempeño”, procedimiento a partir del cual se realiza una valoración de los trabajadores en función de una previa delimitación de metas u objetivos en el marco de un plazo de tiempo específico.³²

En su libro “Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?”, Mark Fisher (2016) hace una comparación entre el estalinismo³³ y las evaluaciones por objetivos. Lo que propone es la primacía de la “representación”:

(...) la insistencia en evaluar el desempeño de los trabajadores y de medir ciertas formas de trabajo que son por naturaleza reacias a la cuantificación hizo, de modo inevitable, que fuera necesario añadir una capa adicional de gerencia y burocracia. Lo que tenemos enfrente no es una comparación directa de los rendimientos o desempeños de los trabajadores, sino una comparación entre representaciones auditadas del desempeño o el rendimiento. (p. 75)

Si bien en esta tesina no ahondaremos en el mecanismo de las evaluaciones de desempeño, recuperamos esta reflexión para pensar cómo afecta este imperativo de conversión de objetivos – volviéndose de medios a fines por sí mismos - en la formación discursiva de la felicidad organizacional.

También nos parece importante señalar que el mercado del trabajo es afectado por la globalización y el desarrollo de las nuevas tecnologías. Estos fenómenos, bajo el dominio de la ideología neoliberal, infiltran también su impacto en la figura del trabajador actual:

³² Dichas evaluaciones por lo general requieren una primera auto-evaluación del trabajador sobre sí y, a su vez, este debe dejar asentado - muchas veces explícitamente con una firma por escrito- su concordancia respecto a la valoración.

³³ Lo que Fisher toma del estalinismo para hacer la comparación es el uso de la propaganda política durante este período donde, según su análisis, primó esta última como símbolo por sobre el cumplimiento de los actos concretos que se difundían.

La tendencia actual es que prácticamente todas las formas de empleo se vuelven precarias. En palabras de Franco Berardi, «el Capital ya no recluta a las personas, sino que compra paquetes de tiempo separados de sus portadores, ocasionales e intercambiables». Estos «paquetes de tiempo» no tienen ninguna conexión nocial con una persona con derechos o necesidades: simplemente se encuentran disponibles o no en el mercado. (Fisher, 2016, p.133)

Como ya señalamos, esta coyuntura económica, neoliberal, funciona como modelo político e ideológico que compone efectos de sujeto específicos. Podríamos decir que el sujeto de esta coyuntura asume como propios diversos imperativos, entre ellos el de la innovación constante y la flexibilidad. Propiedades con las que debe contar para estar en este mundo. El neoliberalismo decreta a su vez como sentido común el deber de la responsabilidad individual. Esta responsabilidad se postula como un derecho universal que, en su exaltación, se transforma en mandato y encubre diversas evidencias ideológicas que dan forma a este sujeto neoliberal o neosujeto³⁴. Nuestro objetivo será ir rastreando cómo operan estos sentidos cristalizados en los documentos que conforman nuestro corpus, y cómo se integran con otras formaciones discursivas allí presentes.

Estado del arte

El objetivo de este apartado es hacer explícito cómo esta tesina se sitúa dentro del marco de otras investigaciones precedentes respecto a los procesos de significación social, los mecanismos de interpelación subjetiva, las representaciones en torno al trabajo y el análisis de las redes sociales. Las tesinas que describiremos nos permiten a su vez reconocer los rastros de este exterior constitutivo, que es la ideología neoliberal, en diferentes discursos.

En primer lugar, vamos a retomar la tesina elaborada por Carolina Ré con el fin de recuperar sus elaboraciones al momento de pensar el proceso de constitución del sujeto, desde el cruce entre psicoanálisis y marxismo. Según Ré (2017),

(...) preguntarse por el lugar del sujeto es también una forma de acercarse a cómo se produce sentido social. Más específicamente, cómo estas configuraciones significativas

³⁴ El término neosujeto es elaborado por Laval y Dardot (2010) y conlleva una caracterización del sujeto en torno a la figura de la empresa. El sujeto se vuelve un empresario de sí mismo.

dadas inciden sobre la constitución de las subjetividades y de las identidades, pero a la vez, cómo el sujeto actúa y produce sentido. (p.5)

Recuperamos estas líneas de su trabajo ya que este mismo interrogante guía el análisis del nuestro, específicamente en relación con el sujeto del trabajo. Creemos que utilizar la palabra “inciden” aquí no es inocente, ya que ello hace sentido a cómo se piensa, desde el marco teórico que venimos desarrollando, la influencia de las estructuras sociales en la constitución subjetiva; no operando como determinismos sino como instancia donde hay reproducción, pero también transformación. Como espacio de contradicción y, por ende, de sobredeterminación.³⁵

Por otro lado, al igual que Ré y como ya mencionamos, nuestro trabajo piensa a la ideología desde su existencia material, es decir, como prácticas sociales que están reguladas por los AIE, y cuya puesta en acto es por y para los sujetos. En este sentido, y en vinculación con la teoría freudiana del inconsciente, no pensamos al sujeto como actor consciente que opera a partir de su voluntad, sino que este es efecto de la interpelación que lo ubica en la estructura social. Luego, el sujeto asume como propio este llamado de la formación ideológica en la cual está inscripto.³⁶

Esta interpelación ideológica que se da a partir del ingreso al orden simbólico, mediado por el lenguaje que antecede al sujeto como estructura social, es la que luego, de forma retrospectiva, constituye y otorga sentido al sujeto. Al igual que Ré, retomamos aquí la teoría de Pêcheux para abordar al sujeto como efecto del discurso ideológico.

Por su parte, traemos a mención la tesina “La interpelación ideológica en el discurso Kirchnerista: empoderados y consumidores” publicada en 2018 por Agustín Garone, quien también retoma el marco teórico que describimos. Alejándose del estilo ensayístico de la investigación de Ré, pone en juego una indagación respecto a las subjetividades políticas de Argentina, analizadas como efectos del discurso de la gestión kirchnerista. Al igual que la metodología de nuestro trabajo, Garone explora y conforma un corpus de materialidades discursivas a partir del cual desarrolla su análisis, y el cual le es útil para preguntarse por la

³⁵ Aquí estamos haciendo referencia a que ambos trabajos parten de la teoría althusseriana respecto al proceso de interpelación del sujeto.

³⁶ Aquí nos referimos a los mecanismos de reconocimiento y desconocimiento que operan en la constitución subjetiva.

presencia de elementos de formaciones ideológicas antagónicas, al interior de las formaciones discursivas analizadas. Tal como señala, intentará dar cuenta que “no sólo distintas formaciones discursivas pueden llegar a nutrirse de un mismo espacio de evidencias, sino que una misma formación discursiva puede involucrar distintos campos semánticos y componentes de formaciones ideológicas antagónicas” (Garone, 2018, p.6).

Así, Garone indaga las operaciones ideológicas que emergen de su corpus a partir de las categorías pecheuxianas de interdiscurso y de preconstruido. En su trabajo, esto se presenta al señalar elementos del paradigma de la eficiencia (propio de la formación ideológica neoliberal) en una formación discursiva que se presenta como contraria al neoliberalismo:

Los discursos producidos en el marco de procesos populares que intentan combatir algunos lineamientos del neoliberalismo, aparentemente, también están atravesados por esta racionalidad imperante- que definitivamente no se retira con los ciclos político-económicos que retoman demandas populares. Es decir, las condiciones de producción de las formaciones discursivas circulantes son por demás complejas y sobredeterminadas, aluden a estructuras históricas, pero también son modeladas por dicha racionalidad. (Garone, 2018, p.15)

En nuestra tesina, también intentaremos dar cuenta de este cruce de elementos propios de formaciones ideológicas en apariencia antagónicas. A lo largo del desarrollo, iremos describiendo y analizando la presencia de huellas discursivas que detectamos en el corpus y que dan cuenta de ello.

Por otra parte, traemos a mención la investigación de Yanina Catellani: “Subjetividad y trabajo en el semiocapitalismo”³⁷. Además de que comparte la pregunta por subjetividad y trabajo, nos parece relevante mencionar su tesina ya que también aborda, de manera crítica, la cuestión del sujeto neoliberal como empresario de sí mismo. Esta figura, que encontramos en relación a la formación discursiva de la felicidad, conlleva ciertas características que iremos describiendo en el desarrollo de este trabajo, siendo algunas de ellas: la importancia del rendimiento y los resultados, la exacerbación de la responsabilidad personal tanto para el éxito como para los fracasos, la competitividad y la necesidad de superación constante.

³⁷ El término “semiocapitalismo” es recuperado en la tesina de Catellani como transformación político social impulsada por el neoliberalismo, desde la mirada de Franco Bifo Berardi.

Sin embargo, a diferencia de nuestro marco teórico, su trabajo se sustenta en la teoría de Foucault sobre la sociedad disciplinaria, y en la lectura y actualización de estos aportes por parte de Deleuze. Por otro lado, gran parte de sus elaboraciones se estructuran a partir de la teoría de Franco Berardi respecto a las nuevas formas de trabajo en el siglo XXI. Catellani repone la figura del “trabajador cognitivo” con el fin de distinguir al trabajador de la coyuntura actual del “trabajador industrial”. Su diferencia radica, entre otros componentes, en las nuevas tecnologías digitales. Este trabajador cognitivo es un “infotrabajador”:

En la fase industrial, como vimos, es el trabajador obrero, que dedica largas horas de su día a la transformación física de la materia, que utiliza la fuerza de su cuerpo para crear productos materiales a cambio de los cuales recibe un salario para vivir. En el semiocapitalismo, en cambio, surge la figura de un nuevo tipo de trabajador, orgulloso de sus labores, con las cuales se siente identificado, y soberano en su trabajo, al que considera el ámbito de confirmación principal de su vida. (Catellani, 2016, p.25)

Uno de los planteos que allí esboza es que dicho sujeto “se pretende libre por no tener frente a sí un amo que lo obligue a trabajar y, sin embargo, acaba por autoexplotarse, obligándose a sí mismo a rendir. Es libre pero obligado” (Catellani, 2016, p.4).

Catellani también recupera de Berardi el concepto de “new economy”. Idea que, si bien en esta tesina no se retoma desde este marco teórico, es constitutiva del análisis ya que se refiere a la extensión de la formación discursiva económica a otras formaciones discursivas y espacios de la totalidad social.

Otro de los aspectos en lo que nos distanciamos de esta tesina es el anclaje desde el cual se piensa al neoliberalismo. Catellani (2016) lo comprende a partir de Berardi como “programa político que tiene por objetivo la inoculación del principio de empresa en cada espacio de la relación humana” (p.37). Si bien como ya mencionamos, coincidimos en que la lógica económica funciona como parámetro para otras prácticas sociales, por nuestra parte entendemos que el neoliberalismo excede un programa político, para ser pensado como ideología dominante, desde la teoría althusseriana.

Catellani también recupera en su investigación los aportes de una tesina que contribuye a la reflexión que llevaremos adelante. Nos referimos al trabajo publicado en 2013 por Laura Liliana Balzi y Gimena Pauletti; “Nuevas formas de disciplinamiento y control en la empresa moderna”. Si bien en esta tesina nuevamente el abordaje teórico es realizado desde la teoría foucaultiana sobre la biopolítica, y desde la categoría deleuziana de “sociedad de control”, encontramos cruces con nuestra investigación al realizar un análisis contemporáneo del trabajo, sus condiciones y sus efectos subjetivos.

En principio mencionar que, como insumo para su estudio, Balzi y Pauletti (2013) realizan una investigación que tiene como sustento entrevistas realizadas a empleados de diferentes empresas de tecnología. Hacen este recorte debido a que consideran a dichas empresas como: “empresas de vanguardia que se encuentran configurando el futuro” (p.3) A partir de las respuestas obtenidas, registran y delimitan las que para ellas son nuevas formas de control que dichas empresas construyen. Nuestra tesina entonces se distancia en el tipo de metodología que hace al análisis – en nuestro caso la elaboración de un corpus de materialidades discursivas – y a su vez respecto a la pregunta por las relaciones de poder y control en el contexto laboral. No es este interrogante lo que guiará nuestra indagación, sino la significación discursiva y los efectos sujetos que la misma produce.

Aun así, recuperamos aquí la tesina, ya que nos parece interesante que la pregunta por la relación actual entre la tríada trabajo – placer – tiempo libre y la conformación de este vínculo como mandato³⁸. Proponen un nuevo concepto para entender esta relación que es el de “tiempo condicionado”: “(...) es el tiempo de trabajo modelando al tiempo libre y transformándolo en tiempo de consumo” (Balzi y Pauletti, 2013, p.6)

En la tesina de Catellani (2016) también se retoma este desdibujamiento de bordes entre el tiempo libre y el tiempo de trabajo: “(...) los trabajadores ya no pueden distinguir entre un “adentro” y un “afuera”: no hay horarios ni espacios físicos y exclusivos de trabajo, los deseos personales se fusionan con los laborales, el placer penetra el ámbito laboral y el trabajo se hace presente más allá de él.” (p.29)

Recuperamos ambas líneas de investigación debido a que lo que en ellas aparecerá como el “trabajador full-time” entrará en relación con aquello que nosotros describimos como

³⁸ El término es nuestro, Balzi y Pauletti lo denominan como “presiones” en su investigación.

temporalidad 24/7, un ritmo propio de la formación ideológica neoliberal que requiere del sujeto trabajador un estar disponible constante.

Por otro parte, Balzi y Pauletti (2013) reflexionan respecto a las técnicas de control que las empresas ponen en juego en la actualidad. Su hipótesis es que en ellas existen nuevas formas de control que se presentan de forma más “amigable” y encubierta, a comparación de lo que sucedía en la organización del trabajo industrial: “(...) a partir de ahora el ejercicio del poder no se sustenta en dispositivos de poder externos, sino que es el propio individuo el que se autorregulará a sí mismo” (p.57).

Creemos que esta “auto-regulación” remite a la exigencia de auto-control por parte de los trabajadores, y como tal, a la formación discursiva del sujeto como dueño de sí: “(...) el control ya no lo ejerce el jefe, autoritario e inflexible, sino que es el propio empleado el que se esfuerza y da lo mejor de sí en pos de superar sus objetivos y crecer dentro de la compañía” (Balzi y Pauletti, 2013, p.6). Lo que nosotros observaremos como la formación discursiva de la “flexibilidad”, un imperativo dentro de la formación discursiva neoliberal, la encontramos en ella pensada como “excusa” que encubre en realidad un mecanismo de control.

A su vez, esta categoría de auto-control hace eco con la de “auto-explotación” propuesta por Catellani (trabajador libre, pero obligado). Según su análisis, a partir de la segunda mitad del siglo XX, se modifica la dinámica del sistema productivo para incluir el deseo del sujeto. En nuestro análisis, observaremos que esta “auto-explotación” se pone en juego en un mandate que invita a “darlo todo” en el trabajo. Demanda que el sujeto asume con gusto y que será, a su vez, signo del “talento”.

Por otro lado, tanto Balzi y Pauletti como Catellani, recuperan una dimensión que también encontramos en nuestro corpus. Si bien las primeras lo hacen desde el pensamiento de Nicolás Germinal Pagura, y Catellani desde Berardi, observamos un denominador común respecto a la identificación de una demanda de nuevas habilidades por parte del sujeto trabajador, ya no solo en relación con conocimientos formales o técnicos:

(...) el centro del proceso de producción se desplazó de la explotación de cuerpos hacia la explotación de la energía mental, el alma —el lenguaje, la creatividad, los afectos, las emociones— fue sometida por la dinámica de la producción de valor. En ese sentido sentencia finalmente que la gran novedad del siglo XXI es que “el alma fue puesta a trabajar” (Berardi, 2012, p.17, como se cita en Catellani, 2016).

(...) hoy las corporaciones exigen nuevos requerimientos hacia sus empleados tales como la iniciativa personal y el compromiso con los valores de la empresa, que parecen estar implicando todas sus capacidades – específicamente aquellas referidas al trabajo inmaterial –en el proceso productivo. (Balzi y Pauletti, 2013, p. 52)

En relación a esto, y entre otras preguntas, nuestra tesina tratará de reflexionar si se concibe a la felicidad – imperativo propio de la formación ideológica neoliberal – como una de estas nuevas habilidades. Si bien Balzi y Pauletti no ahondan sobre este significante, describen lo siguiente:

A la par de la construcción de cierto vínculo de cercanía y afecto empleado-empresa, en el ámbito de la empresa moderna se intenta crear un ambiente laboral regido fundamentalmente por la idea de amistad, en donde sus integrantes se encuentren vinculados por lazos más estrechos que los laborales. (2013, p.69).

Este nuevo aspecto de la relación laboral es analizado en su trabajo desde la conformación y creación de una serie de beneficios provistos desde la empresa para los trabajadores. Por nuestra parte lo que apuntamos a observar es cómo se entrama discursivamente esta forma “amistosa” o “feliz” de relación laboral y qué efectos de sujeto pone en juego, así como qué prácticas habilita.

Para ir cerrando este apartado, recuperaremos brevemente otras dos tesinas. Una de ellas es “El intermediario cultural. Personalidad y profesión del nuevo trabajador”, publicada en 2004 por María Eugenia Rodríguez. Rodríguez se interroga qué significa ser un profesional de la cultura y cuál es la personalidad del nuevo trabajador. Nuestro análisis se une al suyo en la pregunta por el trabajador de la coyuntura neoliberal, situado como trabajador pos-fordista, aunque desde otro enfoque teórico-metodológico. Rodríguez describe la decadencia de los movimientos sindicales y la consecuente caída de un elemento de identificación colectiva para el trabajador. Aquí coincidimos con su trabajo respecto a que, en la coyuntura actual, el vacío de sentido por la pérdida de esta identificación fue reemplazado por la primacía de la flexibilidad y la adaptación constante:

A través del discurso hegemónico, el cambio se percibe como positivo, se lo asocia a la adquisición de nuevas experiencias. El IC³⁹ se considera a sí mismo como un acumulador de experiencias y la fuente de las mismas es la movilidad. Estar en marcha equivale a seguir en el juego; la quietud –las posiciones fijas- se relaciona con la decadencia. (Rodríguez, 2004, p.98)

La pregunta por lo que implica este nuevo mandato de transformación y de acumulación de experiencias, que para nuestro análisis serán experiencias “felices”, y la correspondiente peyorización de lo que tiende a permanecer sin cambios, será parte del análisis crítico que nos proponemos llevar adelante.

Para finalizar, hacemos mención a la tesina “Facebook, el mundo feliz de la posmodernidad. Reflexiones sobre la construcción de la/s subjetividad/es en tiempos virtuales”, publicada en 2019 por Federico Muzzalupo. La recuperamos como antecedente significativo ya que gran parte de nuestro corpus fue extraído desde una red social - LinkedIn - y, por ende, nos parece interesante incluir una reflexión respecto a la virtualidad como espacio significativo donde se entrecruzan y componen determinadas subjetividades.

Muzzalupo cuestiona de manera crítica el tiempo dedicado al espacio virtual de Facebook, en detrimento de la vinculación mediada por el contacto físico u “offline”. En su análisis, propone “la mercantilización del yo” como efecto esencial de la sociedad actual, y, específicamente, como característica del contenido que se comparte en Internet. Esta mercantilización conlleva a la igualación del sujeto con una mercancía que debe exaltarse para adquirir valor. En este proceso,

Facebook funciona como un espacio paralelo donde no hay lugar para aquello que las personas experimentan en la realidad no virtual de la vida. No se muestra el fracaso, el dolor o cualquier otro sentimiento negativo, y en el caso que así fuera, impera una banalización de esos estados que los devuelve al terreno de la positividad. (...) Es que, en Facebook, y es precisamente en donde reside su encanto, no hay negatividad, conflicto, soledad; solo retroalimentación positiva de seres que en el espacio no virtual

³⁹ Con el término “IC” Rodríguez hace referencia a la categoría de Intermediario Cultural, entendido a partir de la teoría de Pierre Bourdieu.

están aislados de todo lazo robusto y que pactan virtualmente consentirse entre sí.
(Muzzalupo, 2019, p.40)

Destacamos esta cita puntualmente, ya que se relaciona con nuestra pregunta por la formación discursiva de la felicidad en relación al trabajo: ¿cómo opera el imperativo de “estar bien” que Muzzalupo reconoce a su vez en Facebook?

Sin embargo, consideramos importante hacer la aclaración respecto a que esta “homogeneización” que Muzzalupo observa puntualmente en Facebook, para nosotros será pensada desde el sentido social. Su investigación piensa a la subjetividad como “modos de ser y estar en el mundo” y su análisis se enfoca en cómo ello ha mutado desde las interacciones cara a cara hacia lo privado (que se vuelve público en la virtualidad). Por ello, él realiza una descripción desde un aspecto semiótico de la plataforma. Como ya especificamos, nuestro análisis está guiado por una teoría materialista del discurso, por lo que la distinción entre espacio virtual y no virtual no existe como tal al momento de pensar las significaciones sociales y sus consecuentes efectos de sujeto. También veremos que la formación discursiva de la felicidad, en relación al trabajo, incluye este anulamiento de la negatividad o conflicto que, según Muzzalupo, Facebook también borra o devuelve al terreno de la positividad. Por ejemplo, “equivocarse” y “fracasar” son concebidos como partes inherentes del proceso de “estar bien”, siempre que se piensen como motivos para superarse a uno mismo y volver a emprender.

Hecho este recorrido sobre las tesis que anteceden a nuestro trabajo, avanzaremos con el análisis de las materialidades discursivas que conforman a nuestro corpus y las secuencias discursivas que fuimos elaborando.

Análisis

Capítulo I: Felicidad organizacional, o el imperativo neoliberal de ser un trabajador feliz.

En la actualidad, la “felicidad” está presente y nos interpela por todos lados: desde publicidades [*“Destapa la felicidad”*]⁴⁰, pasando por la escuela [*“El Proyecto Escuelas Felices se aleja de las presiones causadas por la necesidad de rendir el máximo en los exámenes y se orienta hacia una prioridad simple, pero esencial: la felicidad. Los docentes felices generan alumnos felices, que aprenden mejor y durante más tiempo.”*]⁴¹, y el deporte [*La clave es la serotonina y la dopamina, hormonas “de la felicidad” que, como un músculo, crecen cuando desarrollamos algún deporte.*]⁴², hasta los discursos políticos. [*Quiero ser presidente porque estoy convencido de que puedo ayudar a que todos los argentinos tengan una vida más feliz.*]⁴³ [La Asamblea General de la ONU decretó en la resolución 66/281 de 2012 que el 20 de marzo se celebre el Día Internacional de la Felicidad para reconocer la relevancia de la felicidad y el bienestar como aspiraciones universales de los seres humanos y la importancia de su inclusión en las políticas de gobierno.]⁴⁴

Partiendo de esto, no parecería extraño que la “felicidad” extienda su encanto a los discursos que atañen al “trabajo”. En este primer capítulo la propuesta será describir y analizar la relación que se configura entre “felicidad”, “trabajo” y “empresa” u “organización”.

⁴⁰ Redacción The Food Tech. (24 de marzo de 2009). Coca-Cola lanza nueva campaña "destapa la felicidad". *The Food Tech*. <https://thefoodtech.com/historico/coca-cola-lanza-nueva-campana-destapa-la-felicidad/>

⁴¹ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (11 de julio 2023). *¿Por qué el mundo necesita escuelas felices?* <https://www.unesco.org/es/education-policies/happy-schools>

⁴² Napsix. (26 de octubre de 2022). Estos son los 5 deportes más efectivos para entrenar con bienestar ¡y felicidad!. *MDZ*. <https://www.mdzol.com/napsix/2022/10/26/estos-son-los-deportes-mas-efectivos-para-entrenar-con-bienestar-y-felicidad-285354.html>

⁴³ Macri, M. [Mauricio Macri]. (28 de julio de 2015). Una señora me preguntó “Mauricio, ¿por qué querés ser presidente?” [Imagen adjunta]. Facebook. <https://www.facebook.com/mauriciomacri/posts/10153540362263478/?paipv=0&eav=Afb4kDiMEcT-BzVqJv7-Qie1ppfVwH7v8fcyktiBghLrB0ORi9VvOAalHLg9VqsQJY>

⁴⁴ Organización de las Naciones Unidas (s.f). *Día Internacional de la Felicidad*. <https://www.un.org/es/observances/happiness-day>

[#GerenciaDeFelicidad. Gestión del #bienestar como impulsor clave para la efectividad y #sustentabilidad de #personas #equipos y #organizaciones]⁴⁵ [Departamento de felicidad es tu consultora de experiencia del empleado, felicidad en el trabajo y cultura corporativa]⁴⁶ [Si personificas una cultura empresarial ideal e integras felicidad y risas en tu rutina diaria, tus empleados te seguirán.]⁴⁷

Recorriendo estas primeras materialidades discursivas, observamos que “felicidad” aparece con relación a los siguientes significantes: “gerencia” - “departamento” - “consultora” - “cultura empresarial” y “cultura corporativa”. Como una primera lectura señalamos que el hecho de que se refiera a una gerencia o departamento de la felicidad, o mismo que se ofrezca consultoría en esta temática - lo que implica en sí mismo la necesaria existencia de expertos en este tema -, convierte a la felicidad en una cuestión relevante para una empresa u organización. Dentro de estas, llegan a tener la categoría de gerencia aquellas áreas o temáticas de trabajo que tienen peso por ser significativas para su negocio, con esto nos referimos a las que tienen mayor impacto en la rentabilidad. Anclándola dentro de este marco de sentido, la felicidad se introduce en el discurso del trabajo, y se construye como un asunto interno - bajo el significante “felicidad organizacional” - del cual las empresas deben ocuparse: un componente que deben “gestionar” y que hace a la “experiencia” de sus empleados. Observamos aquí un primer entrelazamiento entre la “felicidad” y la formación discursiva del “management” (a lo largo de esta tesina volveremos varias veces sobre esta relación). En esta gestión, es la organización quien debe hacerse cargo de generar entornos de trabajo con determinadas características, con el fin de facilitar el alcance de la “felicidad” por parte de los empleados. *[¿Qué pueden hacer las empresas para que seamos más felices?]⁴⁸ [¿Cómo construir tejidos empresariales más personalizados basados en la felicidad de las personas?]⁴⁹*

⁴⁵ Campos, C. [@claucoach]. (21 de febrero de 2020). 27.02. 2020 #BuenosAires Centro de Estudios de Felicidad Certificación #GerenciaDeFelicidad [Imagen adjunta][Tweet]. Twitter. <https://mobile.twitter.com/claucoach/status/1230957832394223617>

⁴⁶ Manu Romero Álvarez. *Acerca de* [página de LinkedIn]. LinkedIn Recuperado el 9 de julio de 2020, de https://www.linkedin.com/in/manuelromeroalvarez/?miniProfileUrn=urn%3AIn%3Afs_miniProfile%3AACoAABSJNCgBnH5OSOXp9i4dhBKDRDYrPkzTqo

⁴⁷ R.H.Agil. (28 de junio 2018). 6 tips para crear felicidad en tu empresa. *R.H.Agil*. <https://rh-agil.com/6-tips-para-crear-felicidad-en-tu-empresa/>

⁴⁸ Dalman, D (2020, 27 de julio). *Comparto un extracto de la entrevista sobre liderazgo y felicidad en el trabajo que me hicieron esta semana. ¿Qué pueden* [Video adjunto] [Publicar]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/diegodalman_liderazgo-felicidad-speaker-activity-6588185612644343808-Hfwa/

⁴⁹ Marquez, J (2020, 30 de julio). *¿Cómo construir tejidos empresariales más personalizados basados en la felicidad de las personas?* Inés Valle Vicepresidenta de DIRFEL Madrid Miniatura con video adjunto]

Por otro lado, al investigar sobre “felicidad organizacional” encontramos un enunciado que figura de manera recurrente en posteos de LinkedIn, blogs e incluso artículos de investigación:

*[(...) la felicidad organizacional es una capacidad que desarrolla deliberadamente una organización para producir bienestar subjetivo en sus trabajadores y ganar una ventaja competitiva difícilmente imitable.]*⁵⁰

En primer lugar, creemos que pensar la felicidad como “capacidad” que se desarrolla deliberadamente, permite posicionarla como un “objetivo organizacional”. Aparece entonces como una meta a la cual se puede arribar de manera intencionada y consciente. Pensar a la “felicidad” como un objetivo organizacional se articula con el principio de mercantilización propio de la formación ideológica neoliberal: se vuelve posible de gestionar, ejecutar y, por lo tanto, planificar.

*[El último informe de Manpower Group, sobre las inquietudes de las personas que trabajan en organizaciones, concluye que el Bien-estar y la Felicidad se han convertido en la mayor prioridad de colaboradores y empleadores en esta nueva normalidad post pandemia.]*⁵¹ *[Está de moda hablar de felicidad. Pero no es una moda. Es un nuevo paradigma, basado en evidencia científica y en práctica profesional de excelencia.]*⁵² *[Los estudios sobre el tema han originado una serie de movimientos de alcance mundial (...) Universidades como Harvard y empresas como Google, Apple, The Coca Cola Company y hasta gobiernos como el de los Estados Unidos, Francia, Holanda y Venezuela han planteado esta necesidad a tal punto de que la felicidad se convierte en un eje vital.]*⁵³

Por otro lado, esta serie de enunciados decretan que la búsqueda de la felicidad en la organización se ha vuelto un “nuevo paradigma”. Esta idea se sostiene al hacer referencia a que es “de alcance mundial” y, a su vez, al citar a “Harvard”, “Apple” y “Google”. Dicha referencia otorga a la cuestión una valorización, la vuelve importante, generando la sensación de que este

[Publicar]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/headhunterexecutivesearch_cómo-construir-tejidos-empresariales-más-activity-6590244951324401664-HAE8/

⁵⁰ <https://es.linkedin.com/pulse/felicidad-organizacional-jeff-figueroa>

⁵¹ Universidad del CEMA (UCEMA). (s.f.). *Laboratorio de Felicidad*. UCEMA. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://ucema.edu.ar/educacion-ejecutiva/laboratorio-felicidad>

⁵² RHSaludable. (10 de junio 2015). *Felicidad organizacional y gestión de personas*. RH Saludable. <https://rhsaludable.com/felicidad-organizacional-y-gestion-de-personas/>

⁵³ Jaramillo, P (31 de marzo de 2020). *La Felicidad Organizacional: Moda o Necesidad*. *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/la-felicidad-organizacional-moda-o-necesidad-pedro-segundo-jaramillo>

no es un tema más, sino que hay “importantes” organizaciones, de todas partes, que ya se están ocupando de hacer algo en este sentido. Aquí vemos cómo opera el efecto de preconstruido al traer al discurso instituciones que son consideradas “prestigiosas” por la ideología neoliberal y, por ende, eso deviene en que su opinión valga. En segundo lugar, esta operación de universalidad respecto a la “felicidad organizacional” refuerza a su vez la perspectiva de la felicidad como asunto corporativo, y con un impacto específico en la organización.

Hasta aquí parecería ser que la felicidad organizacional depende de una intención y acción de la organización. De promover características específicas en el espacio de trabajo que hacen a la experiencia de un “empleado feliz”. No obstante, encontramos diversos enunciados donde se construye una distinción entre la “felicidad organizacional”, tal como la venimos describiendo, y la “felicidad en el trabajo”, representada como “acción individual” de los sujetos:

*[(...) no podemos hablar de felicidad organizacional sin hablar de la felicidad individual. Por más que una empresa se esfuerce por hacer el entorno laboral lo más amable posible, si la mentalidad de un individuo no está dispuesta a SER feliz, la empresa no logrará su cometido.]*⁵⁴

*[Es fundamental diferenciar felicidad organizacional y felicidad en el trabajo. Felicidad organizacional es la capacidad de la organización para coordinar recursos y gestión para hacer una oferta de valor para los trabajadores que balancee la salud financiera de la compañía y el bienestar psicosocial de los trabajadores. Felicidad en el trabajo es la percepción personal y subjetiva de los trabajadores acerca de su bienestar, florecimiento y salud en el trabajo. (...) El límite de la felicidad organizacional está en la responsabilidad individual.]*⁵⁵

*[(...) la felicidad organizacional es una co-responsabilidad entre la organización y el colaborador. Ya que la responsabilidad final de la felicidad sigue siendo individual, la empresa no puede hacerse cargo de la felicidad de los trabajadores.]*⁵⁶

⁵⁴ Gutierrez, J. (s.f.). La Felicidad Organizacional es una Ventaja Competitiva. *Revista empresarial*. <https://revistaempresarial.com/gestion-humana/laboral/la-felicidad-organizacional-es-una-ventaja-competitiva/>

⁵⁵ RHSaludable. (10 de junio 2015). Felicidad organizacional y gestión de personas. *RH Saludable*. <https://rhsaludable.com/felicidad-organizacional-y-gestion-de-personas/>

⁵⁶ Gutierrez, J. (s.f.). La Felicidad Organizacional es una Ventaja Competitiva. *Revista empresarial*. <https://revistaempresarial.com/gestion-humana/laboral/la-felicidad-organizacional-es-una-ventaja-competitiva/>

Esta diferencia que se construye entre ambos significantes - “felicidad organizacional” y “felicidad en el trabajo” -, elabora una configuración de sentido que propone una tarea para el sujeto que es parte de la organización o empresa. Tarea que lo implica subjetivamente como agente activo de su felicidad en el entorno laboral. Así, el sujeto se vuelve responsable de ser feliz, e incluso se enfatiza en que dicha responsabilidad es “final”, es decir, en última instancia. De ahí, la idea que la organización tiene un “límite” en su acción. Ese límite podríamos decir que es la voluntad del sujeto, su capacidad de “hacerse cargo”.

Tal como figura en las materialidades citadas, la felicidad está funcionando a partir de una “co-responsabilidad” entre trabajador-empresa. Esta última puede “ofertar” una gran variedad de propuestas “de valor” (que hacen a la felicidad organizacional), sin embargo, las mismas pueden enfrentarse con un obstáculo: la subjetividad del trabajador en sí misma. Esta voluntad que requiere la “felicidad en el trabajo” - y que afecta a la “felicidad organizacional” - parecería no depender de la tarea laboral que los sujetos desarrollen, o del contexto laboral donde lo hagan. En principio, estas dos características que entendemos hacen y constituyen a una situación de trabajo, no aparecen enunciadas.

Con esta primera lectura nos parece pertinente introducir lo que Fisher menciona respecto a la interiorización, por parte de los trabajadores, de demandas de creatividad y autoexpresión propias del neoliberalismo posfordista. Estas generan que asuman exigencias no solo productivas sino también afectivas. Estas “expectativas ocultas en las normas oficiales” (Fisher, 2016, p.72) nos indican que ya no es suficiente con trabajar, sino que además se vuelve responsabilidad del sujeto ser un trabajador feliz. Esta cuestión es un eje central de esta formación discursiva, y será recuperada varias veces a lo largo de nuestro análisis.

Continuando, encontramos que también existen congresos y eventos que brindan conferencias sobre la felicidad en el trabajo:

- Congreso Internacional de Felicidad en el trabajo⁵⁷: *[Happiness at work. Usted, al igual que otra cantidad de ejecutivos, están hablando de la Felicidad en el trabajo. Esto se debe a que no es un requerimiento personal, es una necesidad corporativa que las empresas están colocando en la prioridad No 1. El Congreso Internacional de Felicidad en el Trabajo promueve las ideas, el diálogo, la reflexión y las técnicas*

⁵⁷ManagEvents. (s.f.). 5° Congreso Internacional de Felicidad en el trabajo. Manage Events. Recuperado el 25 de julio de 2020 de <https://www.managevents.net/hd/ar/>

para lograr maximizar el potencial de todos los corazones involucrados en una organización como lo suya.(...) En el Congreso de Felicidad en el Trabajo se verán las ideas y técnicas que lograron incrementar las cualidades de las personas involucradas en elevar la felicidad en el ambiente laboral (...) Inspírese con historias contadas en primera persona para potenciar ambientes de trabajo en busca de más felicidad].

- *“CONECTADOS A LA FELICIDAD” de Fundación Universitas: [(...) un encuentro ofrecido a los jóvenes del último año de Colegios Secundarios de Mendoza, cuyo propósito es compartir valores y herramientas de gestión de bienestar y felicidad personal, el liderazgo y el esfuerzo para el cumplimiento de sus sueños.]⁵⁸*
- *Congreso Internacional de la Felicidad Online, de Working for Hapiness: [Es fundamental escuchar a personas de distintos ámbitos para entender más sobre nosotros mismos a través del conocimiento y la experiencia de otros y tener más información sobre aquello que Aristóteles llamaba el objetivo prioritario del ser humano: la felicidad.(...) Reconocidos, reputados y laureados doctores, investigadores, psicólogos, artistas o deportistas de élite (...) ofrecerán una visión heterogénea y completa, desde múltiples puntos de vista, sobre un tema tan complejo, interesante y necesario como la felicidad.]⁵⁹*
- *FET, organizado por AEDIPE Galicia⁶⁰: [FET promueve la mejora de los entornos laborales, a través de la divulgación de investigaciones en materia de bienestar laboral y de experiencias empresariales. Cuando participas en FET te llevas: #ideas aplicables | Qué hacer; #ejemplos empresariales | Cómo lo han hecho; #evidencias científicas | Por qué Felicidad ; #red de contactos | Quién. (...) Puedes ser feliz en tu trabajo, descubre cómo en nuestro congreso]*

Poniendo en relación estos enunciados, encontramos rasgos en común que hacen a la “felicidad organizacional” y que nos permiten profundizar en lo que venimos desarrollando hasta aquí.

⁵⁸ Fundación Universitas (s.f.). *Conectados a la felicidad*. Funiversitas. Recuperado el 30 de julio de 2020 de <https://www.funiversitas.org/conectados/>

⁵⁹ Working for Hapiness (s.f.). *Congreso Internacional de la Felicidad*. Workingforhapiness. Recuperado el 30 de julio de 2020 de <https://workingforhappiness.com/congreso-internacional-de-la-felicidad-2020/>

⁶⁰ Movimiento Fet (s.f.). *Felicidad en el trabajo*. Movimientofet. Recuperado el 25 de julio de 2020 de <https://www.movimientofet.org/conocenos/>

En primer lugar, una significación de la felicidad como un asunto interno de la organización, a través del significante “necesidad corporativa”. Esta idea de necesidad - de lo urgente que es también un rasgo de la ideología neoliberal - es reforzada al proponer la felicidad como “prioridad nº1”. Hay un llamado a hacer algo con esto de la felicidad organizacional, ya que todos los ejecutivos “están hablando” de ella - o al menos todos aquellos que son como uno o como uno podría querer ser, interpelación dada a través del “usted”-. No está de más nombrar que el hecho de que existan congresos y/o eventos sobre el tema refuerza este sentido.

Este llamado nos interpela a tomar cartas en el asunto, estableciendo una línea de continuidad con lo que líneas arriba analizamos respecto a pensar la felicidad organizacional como “de alcance mundial”. Es un decreto que hace de la felicidad una tendencia. Tendencia entendida aquí desde la formación discursiva del “marketing” como un comportamiento relevante que es recurrente en el mercado. Estas significaciones dan fuerza a la idea de la felicidad como un imperativo.

Además, parece ser algo que todos debemos buscar, en cualquier tipo de organización, más aún en “una organización como la suya”. Es interesante que este rasgo se apoye en el hecho de que existan “tips”, “técnicas” e “ideas” precisas para alcanzarla. En este sentido, hay una operación ideológica donde “tips” es equivalente a “evidencias científicas”. Esta relación le otorga un carácter de exactitud y credibilidad, y se entrelaza con lo que describimos respecto a “felicidad” comprendida como “objetivo”.

Por último, señalamos que los enunciados dan por hecho que la “felicidad organizacional” está necesariamente asociada al “bienestar” y a ser una “ventaja competitiva”. A continuación, describiremos con mayor detalle estos dos rasgos que encontramos constitutivos de nuestro análisis.

1.1 La felicidad en el trabajo como inversión

En el marco de esta formación discursiva, proponemos que una cara de la “felicidad” la de ser pensada como “ventaja competitiva” para la organización:

[Concebir la felicidad organizacional como una capacidad estratégica produce aumento en cuatro tipos de resultados: rentabilidad, calidad de servicio al cliente, excelencia operacional y

bienestar subjetivo de los trabajadores.]⁶¹ [Creo y apuesto por el #FUTURODELASPERSONAS, por hacer posible empresas donde una feliz #experienciadeempleado deriva en una extraordinaria experiencia de cliente y, en consecuencia, grandes resultados de negocio.]⁶² [Una empresa feliz reconoce la verdadera importancia de la motivación, anteponiendo el bienestar de las personas. Al hacerlo, las organizaciones cuentan con empleados que reflejan su felicidad en sus resultados de manera inmediata.]⁶³

En primer lugar, podemos ver cómo en el discurso se van articulando evidencias de sentido propias de formaciones discursivas relacionadas a las “finanzas” y la “economía”: “grandes resultados de negocio”, “indicadores”, “resultados”, “rentabilidad”, “calidad de servicio”, y “excelencia operacional”. Si bien estas incrustaciones podrían sonar ajenas en un principio a la idea de “felicidad”, se proponen como consecuencias obvias de una empresa “feliz”. En este sentido, si lo que da sentido a la felicidad es que tiene como consecuencia alcanzar un “retorno de inversión muy alto”, es debido a que está atravesada por un “espíritu de empresa” (Davies, 2016) donde lo que se pondera es aquello que es productivo. No resulta extraño que se utilice el signifiante “oferta de valor” con relación a la experiencia de la felicidad. La felicidad se vuelve estratégica: deviene una de las condiciones que hace a una empresa competitiva y exitosa en el mercado. Tomando también elementos de la formación discursiva del “management”, la felicidad, como hecho cuantificable, se entrelaza con la rentabilidad.

Podemos ver cómo la “felicidad económica de la organización”, comprendida como un incremento de las ganancias o la obtención de mayor rentabilidad, se articula con la felicidad como cuestión de la voluntad del sujeto individual:

[(...) Él asegura, por ejemplo, que el 90% de la felicidad es un tema interno de cada persona o que si un ser humano es feliz, las probabilidades de éxito, en lo profesional y en lo personal son mayores.] [Un colaborador motivado está 80% de su tiempo enfocado en su rendimiento; uno insatisfecho llega a concentrarse a duras penas un 50%]⁶⁴

⁶¹ Miranda, M. (10 de julio 2019). La Felicidad Organizacional, el Nuevo Paradigma sobre el Bienestar Empresarial. *National Business School*. <https://www.nbs.es/la-felicidad-organizacional-el-nuevo-paradigma-sobre-el-bienestar-empresarial/>

⁶² Manu Romero Álvarez. *Inicio* [página de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado el 9 de julio de 2020, de <https://www.linkedin.com/in/manuelromeroalvarez/?originalSubdomain=es>

⁶³ IDC Online. (19 de septiembre de 2019). ¿Trabajas en una empresa feliz?. *IDC Online*. <https://idconline.mx/laboral/2019/09/19/trabajas-en-una-empresa-feliz>

⁶⁴ IDC Online. (19 de septiembre de 2019). ¿Trabajas en una empresa feliz?. *IDC Online*. <https://idconline.mx/laboral/2019/09/19/trabajas-en-una-empresa-feliz>

Estar feliz tiene que ver con estar “motivado”, y esta motivación es una cuestión personal, individual, que hace y define al sujeto ya que depende de sí. Como mencionamos, está implícito el supuesto de que la felicidad es algo que se puede tener bajo control - a través de la voluntad - y, además, que el sujeto es ciento por ciento consciente de sí - como sujeto racional-. Al efecto sujeto que se produce de esta formación discursiva lo llamaremos como “sujeto líder de sí”, una subjetividad completa, sin fallas, que no solo es consciente de sí misma, sino que también sabe cómo controlarse.

Hasta aquí, la empresa feliz parece ser aquella donde hay “bienestar psicosocial de los trabajadores” y una situación favorable en relación a la “salud financiera de la compañía”:

*[El Director de Happiness Works añade: "Es por esto que la felicidad en el trabajo trasciende de ser algo chévere, y por el contrario, es un marco fundamental para aumentar los niveles de productividad y optimización en la organización. Nutrir la felicidad en el trabajo tiene un retorno de inversión muy alto para la empresa, además de dejar una satisfacción por el trabajo bien hecho".]*⁶⁵

En este marco de sentido, lo valioso está dado por aquello que genere ganancias, que sea útil y productivo. El trabajo “bien hecho” es aquel que tiene una compensación económica, que es “óptimo”, en el sentido que incrementa o maximiza los resultados. No obstante, la “felicidad” aparece también implicando a “todos los corazones involucrados”: es una responsabilidad del empleador - como empresa-, pero también del empleado - sujeto trabajador- para alcanzar su “máximo potencial” (nuevamente la voluntad entra en juego para lograrlo.) Desde este razonamiento, la felicidad trae “rentabilidad” y también “satisfacción” y “plenitud”; deviene una garantía de éxito.

Es esta lógica del ganar-ganar el argumento principal al que apela esta formación discursiva para darle valor a la idea de “gestionar” experiencias felices. Esta lógica produce un sentido de equilibrio, donde no hay pérdidas: gana el empleado y la empresa. De esta forma, se inserta nuevamente la formación discursiva en la lógica financiera respecto al costo-beneficio de los objetos. Por otro lado, al rechazar la pérdida, se desactiva la contradicción. Se pone en juego un proceso que, según William Davies (2016), es constitutivo de la etapa actual del neoliberalismo.

⁶⁵Stuve, J. (s.f.). La felicidad en las empresas, en cifras. *Revista Líderes*. Recuperado el 3 de marzo de 2021 de <https://www.revistalideres.ec/lideres/felicidad-empresas-cifras.html>

Nos referimos a los “sistemas de confirmación”⁶⁶, entramados discursivos que funcionan como “expresiones performativas que intentan preservar el status quo y ocupar un espacio discursivo que de lo contrario podría llenarse de preguntas empíricas o críticas sobre la naturaleza de la realidad” (p.143). Consideramos a la evidencia discursiva del ganar-ganar como una de las formas de anulación de la conflictividad entre empleado y empleador que se hace presente en esta formación discursiva. Aquí el razonamiento es que si cada una de las partes - representadas como empresa y sujeto trabajadores - cumplen con este trato - es decir, asumen su responsabilidad frente a la felicidad-, se alcanzaría un estado de plenitud, que como vimos se asocia con el “retorno de la inversión” para la empresa y con la “satisfacción personal” para el sujeto.

El incremento de la rentabilidad monetaria siempre aparece como efecto que motiva a la empresa/organización a ocuparse de la felicidad. *[Una empresa que apuesta por trabajar en la felicidad organizacional de sus colaboradores es mucho más rentable y productiva. Existen muchas cifras en el mundo que sustentan que hay un incremento en la innovación en un 300% (HBR), incremento en la retención de equipos de trabajo en un 44% (Gallup), incremento en la productividad en un 37% (Shawn Achor), 66% menos de ausencias por enfermedad (HBR), rotación de personal en un 51% menos (Forbes) y por consiguiente un 125% menos de desgaste de las áreas de talento (Forbes.)].*⁶⁷ Mientras que, en el caso de los sujetos, se los alienta a ser feliz con la promesa de un intangible: estar más motivados y disfrutar más. *[La Gerencia de la Felicidad, esquema inclusivo, que mira a los empleados como personas que necesitan disfrutar sus labores para crecer y como camino está la motivación y crear experiencias de trabajo maravillosas.]*⁶⁸ A su vez, estos enunciados son sostenidos por la evidencia ideológica que indica que un estado de felicidad afecta positivamente el rendimiento de quien lo emprende – sujeto u organización-. Felicidad es equivalente a productividad.

Recapitulando, en esta formación discursiva, la felicidad está funcionando a partir de lo que Fisher (2016) describe como “ontología de negocios” (p.42), siendo un rasgo nodal del capitalismo. Según esta ontología, se da por sentado que todo aspecto de la vida debe ser regulado a la manera de una empresa. Comprender a la felicidad desde aquí es lo que la vuelve

⁶⁶ Davies retoma este término de Luc Boltanski.

⁶⁷ Campuzano, D. (4 de mayo de 2021). Saliendo De La Caja: Aprovecha Tu Intuición Femenina Para Triunfar. *Mide la felicidad*. <https://www.midela felicidad.com/la-intuicion-femenina/>

⁶⁸ Jansing, M. (25 de febrero de 2020). Qué es una Gerencia de Felicidad? *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-una-gerencia-de-felicidad-monica-fern%C3%A1ndez-jansing>

posible de ser administrada. Si la felicidad deviene variable económica entonces puede - y debe - evaluarse y, por tanto, medirse.

1.1.1 Índice de la felicidad.

*[“¡Transforma tu empresa en un lugar donde la Felicidad en el Trabajo es una realidad! Aumenta el nivel de bienestar de tus empleados midiendo los 35 indicadores de nuestra metodología líder en medición de felicidad organizacional, junto con 5 indicadores de clima laboral y 8 indicadores de bienestar. ¡Optimiza la cultura organizacional y crea un ambiente laboral saludable y productivo con Mide La Felicidad®!”]*⁶⁹

Así se presenta la organización “Mide la Felicidad” en su página web y LinkedIn⁷⁰, como un servicio de Recursos Humanos que ofrece una herramienta online para “diagnosticar” la felicidad de los trabajadores de una empresa y, a partir de estos resultados, elaborar “planes de acción” con el fin de lograr “mejoras”. *[Nuestro programa de medición tiene como objetivo brindarte indicadores precisos para que puedas determinar la situación actual de tu organización y diseñar un plan de acción en un plazo de 10 meses.]*⁷¹

La medición se trata de un cuestionario en línea - tipo “test”- que las empresas toman a los trabajadores con el fin de conocer su “nivel de felicidad”. *[Mide los niveles de felicidad en cada equipo de tu organización y conoce la cultura y microcultura de tu empresa en detalle.]*⁷² Los beneficios de realizar este diagnóstico aparecen, nuevamente, en relación con una mejora de la productividad, y con que la empresa gane y tenga éxito, entendido tanto desde la “reputación” como desde los resultados económicos. La premisa nuevamente es que una empresa feliz es una empresa rentable: *[Fortalece Tu Empresa Para Ser Más Exitosa. Descubre de forma objetiva las causas de la baja productividad y rentabilidad. Mayor Reputación De La Marca Empleadora: Haz de tus colaboradores tus mejores embajadores. Conviértelos en fans felices de tu empresa y*

⁶⁹ Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. Recuperado el 10 de mayo de 2020 de <https://www.midelaefelicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

⁷⁰ Mide La Felicidad. *Acerca de* [página de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de https://co.linkedin.com/company/midelaefelicidad?original_referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

⁷¹ Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. Recuperado el 10 de mayo de 2020 de <https://www.midelaefelicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

⁷² Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. Recuperado el 10 de mayo de 2020 de <https://www.midelaefelicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

aumenta tu reputación y recomendaciones en el mercado. Mayores Ventas. Menores Costos. ¡Impulsa el crecimiento de tu empresa con una estrategia a medida! (...)]⁷³

Aparecen otros significantes que nos hacen retomar este cruce entre el discurso de la felicidad y la formación discursiva del “management”, tales como “nivel” - “medición” - “indicadores” - “plan de acción”, lo que refuerza la perspectiva cuantificable de la felicidad. Esta narrativa, que la construye como “capacidad” que puede evaluarse, medirse e incrementarse, necesariamente debe comprenderla como condición que puede dominarse. Por eso, se trata de “trazar estrategias”. La felicidad se convierte en una herramienta, un instrumento racional. Como tal, adquiere cierto carácter de objetividad. Es por ello que la empresa puede administrarla y que sus resultados (si hay una correcta implementación) serán la maximización y el incremento. Es debido a este supuesto subyacente - de la “felicidad” como “objeto cuantificable” - que se puede afirmar que una herramienta permita exponer la “microcultura” de una empresa. Haciendo alusión, una vez más, a que al medir - al diagnosticar - se puede no solo detectar “todo” lo que allí acontece, sino también controlarlo. Aquí vemos cómo opera el paradigma científico y la evidencia respecto a que un método objetivo puede develar lo - aparentemente - verdadero.

[¿Qué significa la Deseabilidad Social? Significa que podremos certificar si los colaboradores están siendo sinceros al momento de responder nuestra metodología BhiPRO, ya que correlacionamos sus respuestas directamente con nuestro modelo.]⁷⁴

Si bien no hay mayor detalle en su web, respecto a cómo es posible esta certificación de “sinceridad”, lo que a fines de esta tesina nos interesa es cómo se relaciona este enunciado con la microfísica del control⁷⁵ (Murillo, 2008), como elemento de la ideología neoliberal, y su funcionamiento a partir del giro “psi” (Laval y Dardot, 2010), en relación a la noción liberal del sujeto como dueño de sí. Traer a la cuestión la “sinceridad” establece una operación ideológica que asume el saber del sujeto sobre su propia constitución interna.

Aunque entonces no están separados de la fisiología, el inicio de los discursos «psi» es contemporáneo del nacimiento de la economía política y de la gubernamentalidad

⁷³ Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. Recuperado el 10 de mayo de 2020 de <https://www.midela felicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

⁷⁴ Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. Recuperado el 10 de mayo de 2020 de <https://www.midela felicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

⁷⁵ Concepto ya descrito en el apartado “La coyuntura neoliberal”.

liberal: para gobernar las conductas, es preciso saber influir en la formación de los motivos, o sea, actuar sobre la «dinámica psicológica» de acuerdo con la expresión forjada por Bentham. (Laval y Dardot, 2010, p.366).

La noción de sujeto como dueño sí sostiene el entendimiento de la felicidad como estado alcanzable a través de la voluntad del sujeto.

Retomando, según esta lógica discursiva, la felicidad es cuantificable y se define a partir de “variables” específicas que la determinan. *[El modelo se enfoca en 5 áreas de medición, las cuales en su totalidad encierran 35 variables necesarias de evaluar para determinar el estado de salud de tu cultura organizacional.]*⁷⁶

Para la empresa Mide La Felicidad, algunas de estas variables son: “Cumplir metas y sueños” - “Expresar emociones”- “Ser feliz” - “Calidad de vida” - “Beneficios vs metas y sueños” - “Ser escuchados”- “Camaradería”- “Buen humor” - “Orgullo” - “Positividad y buena actitud”- “Adaptación a los cambios” - “Muestras de amabilidad y alegría”- etc.⁷⁷ Tras estas variables lo que encontramos es una operación ideológica donde “todo significa lo mismo”. Todas estas vivencias de la subjetividad quedan bajo la “felicidad organizacional”, dando por hecho que las mismas siempre ya son rasgos de la felicidad, fijándolas, de manera retroactiva, a un sentido que parece haber estado siempre ya allí.

De esta manera, además de por su impacto en los indicadores, podemos reconocer a la “felicidad organizacional” a través de un ambiente laboral donde haya “humor” y “alegría”; donde existan muestras de “apoyo”, “camaradería” y “amabilidad” y, como ya nombramos, por la relación “felicidad” y “bienestar”, entendido como estado “positivo” del sujeto implicado. Es interesante que estos “gestos felices” deben ser incentivados por la organización, pero sin embargo son los propios sujetos quienes deben encarnarlos. Es decir, a partir de los resultados de este diagnóstico, parecería responsabilizarse a la empresa por el estado feliz - o no - de sus trabajadores, y, sin embargo, son ellos mismos - en sus diferentes roles de trabajo y jerarquías - a quienes se les impondrá este imperativo.⁷⁸

⁷⁶Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. Recuperado el 10 de mayo de 2020 de <https://www.midelaefelicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

⁷⁷ Ver imagen n°1 en Anexo Documental.

⁷⁸ Más adelante veremos cómo se pone a jugar esta operación al describir la figura del “talento”.

A su vez, consideramos que estas variables proponen cierta lógica del cuidado específica, que compone al bienestar como estado que excluye el conflicto, y que jerarquiza la armonía. *[Las personas están deseosas de saber qué hacer, cómo lograr estados emocionales positivos y una sensación de bienestar lo más sostenida posible en las empresas.]*⁷⁹ Estar bien es lo que está bien. De esta manera, lo “armónico” se erige como otro de los parámetros de éxito de esta formación discursiva.

Hablamos de lógica del cuidado ya que en los diferentes enunciados que integran el análisis, se evoca una asociación recurrente de la empresa como un cuerpo humano. Vimos que se habla de “diagnosticar”, de “nutrir” a la organización y de alcanzar un “equilibrio” para la “salud financiera”. Estos significantes están frecuentemente asociados a formaciones discursivas “médicas” o de la “salud”, articulándose aquí como incrustaciones preconstruidas que forman parte del sentido específico de la “felicidad organizacional”. La “salud corporativa”, como efecto de diversas variables y entre ellas la “felicidad organizacional”, aparece también como meta. Las empresas deben promover la felicidad de sus trabajadores, para ser ellas mismas empresas felices y, por ende, saludables. Pero “salud” hace referencia al estado en que se encuentra una empresa respecto de aquello que la hace productiva. Se utiliza “salud financiera” como sinónimo de “rentabilidad”.

Nos parece interesante relacionar lo aquí dicho con el planteo que Žižek (1992) elabora respecto a la fantasía ideológica que cree en la sociedad como un todo orgánico:

(...) la apuesta de la fantasía ideológico-social es construir una imagen de la sociedad que sí existía, una sociedad que no esté escindida por una división antagónica, una sociedad en la que la relación entre sus partes sea orgánica, complementaria. (...) un Cuerpo social en el que las diferentes clases son como extremidades, miembros, cada uno de los cuales contribuye al Todo de acuerdo con su función – podríamos decir que la “Sociedad como Cuerpo corporativo” es la fantasía ideológica fundamental. (p.173)

La cadena de sentidos que se evidencia entre “optimizar”, “armonía”, “felicidad”, “salud financiera” y “éxito” opera a partir de esta fantasía del “estado de plenitud”, como condición

⁷⁹ Solari, M. (4 de febrero de 2022). Importancia de la felicidad en las organizaciones. *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/importancia-de-la-felicidad-en-las-organizaciones-michell-b-solari->

originaria, que lo precede todo, y que la misma se asume de un carácter puro, donde no existe el conflicto, la negatividad, o todo aquello que pueda remitir al caos y la falta.

En paralelo, esta lógica del cuidado se sustenta en una formación discursiva “científica” que otorga aval a las prácticas de la felicidad. *[Metodología Científica BhiPRO. Cumplimos con los estudios psicométricos con 94% de confiabilidad.] [Nuestra medición ha sido publicada en una de las revistas de divulgación científica más destacada en neurociencias y psicología.] [La fiabilidad de las dimensiones, la validez del constructo y la estandarización del modelo son fundamentales para asegurar los resultados precisos y útiles para la toma de decisiones empresariales.]*⁸⁰ Este “estatuto científico”, que se hace evidente en significantes como “neurociencias”, “psicología”, “estandarización” y “divulgación científica”, se presenta como garantía de veracidad sobre la medición de la felicidad y sus técnicas. Incluso, en los últimos años, el concepto de bienestar en la empresa adquirió tal relevancia discursiva que existe un modelo específico que lo sistematiza: “wellness”: *[El wellness laboral no es una sola actividad: es una perspectiva o modelo de gestión que incorpora el impacto positivo en la calidad de vida de los profesionales como una prioridad en toda la empresa.]*⁸¹

A modo de conclusión de este primer apartado, sostenemos que pensar a la “felicidad organizacional” como una inversión - de la empresa y del sujeto-, se articula con la idea de “ventaja competitiva” y de “éxito”. El éxito es comprendido como tener rentabilidad económica pero también cómo lograr armonía. Por debajo de esta formación discursiva opera una búsqueda de “estar mejor” - mandato propio de la ideología neoliberal-. Esta búsqueda define y da sentido tanto a las prácticas de la empresa como a la “gestión” que el individuo tiene que hacer sobre sí. Todos deben subirse al barco de la felicidad y procurar el logro de este estado de bienestar, como forma de optimizarse a sí mismos.

Tal como indican Laval y Dardot (2010), el dominio sobre sí ya no basta para caracterizar a la subjetividad neoliberal. Dado que no alcanza con ser libre, sino que también hay que rendir más:

La normalidad ya no es el dominio y la regulación de las pulsiones, sino su estimulación intensiva como fuente energética primordial. Porque la fusión del discurso «psi» y del

⁸⁰ Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. Recuperado el 10 de mayo de 2020 de <https://www.midela felicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

⁸¹ Fantino, J (4 de mayo de 2023). Wellness laboral: ¿cómo potenciar el bienestar y rendimiento de tus equipos?. *Crehana*. <https://www.crehana.com/blog/clima-laboral/wellness-laboral/>

discurso económico se produce en torno a la norma de la competición entre empresas de sí -de este modo es como se identifican las aspiraciones individuales y los objetivos de excelencia de la empresa, como se hacen concordar, en suma, el microcosmos y el macrocosmos. (p.366).

Mediante el camino de la “felicidad organizacional”, la empresa parece poder facilitar la “auto-optimización” de los sujetos trabajadores. Para continuar interrogando la felicidad como “experiencia empresarial”, profundizaremos en un segundo rasgo dado por la relación entre “felicidad”, “trabajo” y “bienestar” (desde la articulación con los significantes “salud”, “armonía” y “plenitud”). Esta relación nos permite continuar interrogando qué formaciones discursivas componen el imperativo de la felicidad en el trabajo.

1.2 La experiencia de ser feliz en el trabajo

Como vimos hasta aquí, uno de los componentes de la “felicidad organizacional” es pensarla a partir del significante “ventaja competitiva” en relación a su aporte para con los resultados de una organización. En un primer momento, la relación con el significante “bienestar” estaría dada por esta lógica cuantificable de la maximización y el incremento. Sin embargo, ya adelantamos que este significante también se articula con la felicidad desde una lógica discursiva que excede lo económico.

*"[respecto al rol de Gerente de Felicidad] Sinceramente, el título de la posición es maravilloso porque es claro y permite entender el alcance de la posición. ¿Por qué es tan importante y necesario? ¿Por qué una organización tendría éxito al contratarnos? A veces pienso y siento que creen que somos algún grupo o secta especial que hace algo diferente. ¡Lo somos! Somos esas personas que sin dudar, estarán brindando su corazón siempre a las personas".]*⁸²*[Lo primero es la ampliación del paradigma administrativo al paradigma de la felicidad en el centro de la estrategia organizacional, de las relaciones impersonales a las relaciones confiables, del recurso humano al ser humano integral que voluntariamente pone sus fortalezas al servicio de una organización con sentido.]*⁸³

⁸² Antón, M (28 de julio de 2022). Todos contentos: quiénes son los nuevos guardianes de la felicidad en las empresas. *El Cronista*. <https://www.cronista.com/apertura/empresas/todos-contentos-quienes-son-los-nuevos-guardianes-de-la-felicidad-en-las-empresas/>

⁸³ RHSaludable. (10 de junio 2015). Felicidad organizacional y gestión de personas. *RH Saludable*. <https://rhsaludable.com/felicidad-organizacional-y-gestion-de-personas/>

El “éxito” que trae el “paradigma” de la felicidad se relaciona a su vez con incorporar una dimensión más “humana” al ámbito laboral. En este paradigma, las personas pasan a estar en “el centro de la estrategia organizacional”, otorgan “sentido” a la organización. Así se construye la noción de que cuidar a las personas es cuidar a la organización. Operación de totalización mediante, “empresa” y “sujeto” se equiparan. La felicidad de uno hace a la del otro. A partir de lo que venimos observando, en esta secuencia discursiva lo “humano” no excluye lo productivo, sino que lo potencia.⁸⁴ *[Partimos de un supuesto erróneo: «O beneficio o personas»... Lo que nos lleva a entender las personas como medios para conseguir beneficios. Y no es así, cuando pones foco en cuidarlas, valorarlas, apoyarlas... Los beneficios se disparan 📈 No solo lo dice la neurociencia, si no también reconocidos casos de éxito.]*⁸⁵

Vimos que cuando analizamos las variables que definirían un entorno laboral feliz, estas entran en relación con una serie de experiencias de trabajo específicas a partir de las cuales las empresas podrían “promover” la felicidad (a estas nos referimos líneas arriba como las “ofertas de valor”). Mencionamos también que estas experiencias introducen el cuidado de esa “humanidad” - al equiparar a la empresa con un cuerpo-, tomando elementos de la formación discursiva de la “salud”. Ahondando en el análisis, sostenemos que este concepto hace referencia tanto a la salud física - como bienestar del cuerpo -, la salud emocional - como bienestar de la mente - y la salud social - como bienestar de las relaciones -. La “felicidad organizacional” comprende el bienestar en estas tres dimensiones.

*[Si bien hay muchas consideraciones que pueden llevar a crear un clima de bienestar en el lugar de trabajo, nuestro estudio se centró en cinco áreas amplias de experiencias de los empleados: Soporte mental y emocional – Trabajar en un ambiente que construye y sostiene la energía mental positiva.(...) Conexiones significativas – Un ambiente caracterizado por relaciones auténticas y de cuidado entre los colaboradores.]*⁸⁶ *[(...) se deben de empezar a introducir temas de trabajo por objetivos, prácticas de colaboración en equipo, prácticas de bienestar y empatía*

⁸⁴ Urzúa, C. (27 de febrero de 2019). Ser humano feliz es un ser humano productivo. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/ser-humano-feliz-es-un-ser-humano-productivo/>

⁸⁵ Manu Romero Álvarez. (2020, 15 de diciembre). “Los RESULTADOS se disparan en EMPRESAS que cuidan PERSONAS”  Así lo afirma Mario Alonso Puig, experto en potencial humano. [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/manuelromeroalvarez_experienciadeempleado-hr-rrhh-activity-7051453034886750208-ZU2E?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

⁸⁶ Hastwell, C y Erb, M. (31 de enero de 2022). Cómo promover el bienestar de los colaboradores en el lugar de trabajo: estudio global. *Great Place To Work*. <https://blog.greatplacetowork.com.ar/blog/c%C3%B3mo-promover-el-bienestar-de-los-colaboradores-en-el-lugar-de-trabajo-estudio-global>

*con los otros, temas de balance, de manejo del estrés, de pausas activas y reflexión, de retroalimentación positiva, de gratitud dentro de la empresa y de un liderazgo cercano con la gente.]*⁸⁷ *[En Boehringer queremos que los empleados sientan apoyo, cariño y agradecimiento.]*⁸⁸

Antes de continuar avanzando, creemos que no pasa desapercibido al análisis, que la formación discursiva que analizamos haga una recurrente apelación al concepto de “experiencia” del empleado. Este significante no solo reemplaza, sino que trasciende la forma tradicional de nombrar una dimensión del ámbito laboral. Decimos que trasciende porque convierte en asunto lo que antes no lo era. Esta aparente incorporación de la perspectiva del empleado, mediante una idea de “vivencia”, resignifica la forma en que se piensan las relaciones laborales entre empleador-empleado y hace sentido con la lógica de cuidado que vimos. Con retomar la perspectiva del empleado nos referimos a un proceso según el cual el empleado pasó de ser visto como “recurso humano” a ser pensado como “capital humano”.⁸⁹ Por un lado, al nombrarlo como “capital” se ancla al sujeto en la formación discursiva “financiera”, reforzando un sentido de productividad, rentabilidad, y rendimiento. Por otro lado, esta perspectiva construye al trabajador a partir de su posibilidad de elección sobre el lugar donde quiere trabajar, como “consumidor”. Es por ello que las empresas deben ofrecer experiencias relevantes para atraerlo. *[El cuidado del capital humano son claves en el éxito de una empresa. Cuando un colaborador siente que es parte trabajará más motivado para que un proyecto progrese, ya que tendrá la sensación, acertada, de que el éxito de la compañía también es el suyo propio]*⁹⁰

⁸⁷ Vazquez, E. (24 de septiembre de 2022). Felicidad organizacional para contrarrestar la rotación. *Expansión*. <https://expansion.mx/opinion/2022/09/23/felicidad-organizacional-para-contrarrestar-la-rotacion>

⁸⁸ Olga Salomó Monsó (2020, 29 de julio). *Es tiempo de agradecer. #biproud #lamboehringeringelheim #howwework #rrhh #gracias #covid19*. [Miniatura con enlace adjunto] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/olgasalomohumanresources_covid-times-ugcPost-6661871415437987841-LWlr

⁸⁹ Áreas de Recursos Humanos han cambiado su nombre a Capital Humano, o han incorporado una sub-área con este término: *“La diferencia fundamental es el valor que se le da a las personas cuando son consideradas como un capital de la empresa. Generalmente, mientras que un recurso es algo que se usa y se trata de maximizar su uso, una persona, vista como capital humano de la empresa, se valora y se intenta aumentar su valor a través de acciones que lo preparen mejor, lo conforten, lo hagan más eficiente y lo mantengan dentro de la compañía.”* Recuperado de: <https://www.roiagile.com/post/2017/02/16/cual-es-la-diferencia-entre-capital-humano-y-recursos-humanos>

⁹⁰ Universia (27 de abril de 2017). Capital humano, la clave para el éxito de cualquier empresa. *Universia MX*. <https://www.universia.net/mx/actualidad/empleo/capital-humano-clave-exito-cualquier-empresa-1151956.html>

La lógica del cuidado se pone en juego en que estas experiencias siempre son sinónimo de “bienestar”: *[Aumentar la motivación, rebajar el estrés y, en definitiva, cuidar de la salud laboral de los empleados es un aspecto a tener muy en cuenta en los departamentos de recursos humanos. (...) Hablamos, en este caso, de cuidar la experiencia laboral diaria de los trabajadores (Employee Experience), lo que incrementa su productividad y su compromiso con la organización.]*⁹¹ Mediante su relación con la formación discursiva de la “salud”, nuestra hipótesis es que estas experiencias operan ideológicamente como “terapias de tratamiento”:

*[Hoy les queremos compartir las herramientas “trending” que se utilizan para aumentar la felicidad y el bienestar en las empresas: el mindfulness y positive mindset. (...) El positive mindset ayuda a atravesar nuestras vulnerabilidades, bajar la ansiedad que se genera al salir de nuestra zona de confort, enfrentar situaciones complejas, y experimentar una sensación de felicidad y por consiguiente un sentimiento de plenitud y de éxito.]*⁹²*[A continuación te presento algunos tips para alcanzar la felicidad laboral en tu empresa: (...) Fomentar el bienestar físico y mental de los colaboradores: proporcionar un ambiente de trabajo seguro y saludable, con condiciones laborales adecuadas, promoviendo hábitos saludables y ofreciendo programas de bienestar que ayuden a reducir el estrés.]*⁹³

La felicidad como bienestar viene a dar respuesta a significantes como “ansiedad” y “estrés”. Pero también al “conformismo”. Proponemos a las experiencias de felicidad como “terapias” ya que actúan desde una finalidad específica: producir una transformación entendida aquí como perfeccionamiento.

[La metodología de los Diálogos Appreciativos ayuda a las organizaciones a ir más allá de la resolución de los problemas. Transforma a las personas de mecánicos, “reparadores de errores”, a fervientes jardineros “facilitadores del potencial y la innovación”. Llevan a las empresas de “promedio” a “excelentes”.] [Para un consultor apreciativo es importante llevar a las organizaciones a un escalón más alto, ir por más y facilitar procesos que les permitan llegar a ser la mejor versión de sí mismas. Que puedan salir del paradigma de la resolución de problemas,

⁹¹ Samaniego, J (11 de marzo de 2023). *Beneficios de empresa para empleados en 2023: 9 tendencias*. WTW. <https://url.comhttps://willistowerswatsonupdate.es/talento-y-retribucion/tendencias-compensacion-empleados-2021/>

⁹² Terrado, D (18 de abril de 2015). *MINDFULNESS Y MINDSET, HERRAMIENTAS DE BIENESTAR EN LA OFICINA. InnoDriven By 3VECTORES*. <https://innodiven.com/mindfulness-y-mindset-herramientas-de-bienestar-en-la-oficina/>

⁹³ López, J (12 de marzo de 2023). *Felicidad Laboral ¿Utopía o Realidad?*. *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/felicidad-laboral-utopia-o-realidad-jhuliaans-l%C3%ADaans-l%C3%B3pez>

que es inherentemente conservador, y entren, a través de nuevas prácticas que las favorezcan, al mundo de creatividad y la innovación para transformar a su organización, como dice Jim Collins, “de buena en genial”.]⁹⁴

Entonces, podríamos pensar la cadena de sentidos de la siguiente forma: en principio, hay un estado previo donde el trabajador es un “mecánico” que meramente resuelve problemas, es “conservador”. Como al parecer esto no es suficiente (por el contrario, es “promedio”), se ponen en juego esta serie de terapias (técnicas, metodologías, etc.) para provocar un cambio en el sujeto y, por ende, en la organización. Estas terapias desarrollarían “nuevas prácticas”, las cuales se construyen como pilares para acceder a la “creatividad” e “innovación” (dos significantes que la ideología neoliberal acoge y pondera). A partir de tener este tratamiento, deviene entonces un estado posterior donde el trabajador se convierte en un “ferviente jardinero” que puede desarrollar mejor su “potencial”, y en este proceso, transforma a su vez a la organización en “excelente”.

Resulta interesante que, en este proceso de significación, ser “bueno” sufre un desplazamiento donde ya no tiene valor en sí mismo, sino que está equiparado con la norma. En esta formación discursiva, ser “bueno” es sinónimo de ser “mediocre”. Siguiendo esta lógica, la felicidad es un paso necesario en el camino a alcanzar “la mejor versión”. Así, otra de las características que hace a la “felicidad organizacional” es que no está dada, sino que implica activar una transformación. Una demanda que se le pide al sujeto sobre sí mismo con el fin de que contribuya con “entornos felices”.

Recapitulando, el fin es la superación, el devenir “genial”; comprendido, en principio, como ser mejor de lo que ya se es. Para llevar adelante esta mejora, es necesario que las organizaciones planifiquen y gestionen propuestas - prácticas, métodos y terapias específicas - que favorezcan una experiencia feliz para sus trabajadores (caracterizada por significantes específicos como “alegría”, “plenitud”, “hábitos saludables”, “bajo estrés”, “conexiones significativas” y otros). Sin embargo, es preciso recordar que hay un riesgo para la felicidad organizacional: la voluntad del sujeto en cuestión.

Dicho esto, continuaremos el análisis intentado dilucidar cuáles son los rasgos que hacen a esta “mejora”: ¿A qué se está haciendo referencia cuando se indica que la empresa debe

⁹⁴ Isanta, L (s.f.). *Poniendo el foco en lo mejor. Diálogos Apreciativos y Apresiasi* [Archivo PDF]. <https://lauraisanta.com/wp-content/uploads/2016/04/Art%C3%ADculo-DA-IBE.pdf>

transformarse “de buena en genial”? ¿Que implica que el sujeto deba lograr la “mejor versión de sí”? ¿De qué se trata entonces esta formación discursiva de la “genialidad”?

1.2.1 Ser genial es ser resiliente.

[Tu actitud tiene que ver con tu forma de pensar, por eso es algo que SIEMPRE podés cambiar y mejorar #neurociencia #cambio #emociones #creatividad]⁹⁵ [Tu #actitud marca la diferencia en tus resultados! La #actitud es el resultado de la queja o la gratitud! Tu #actitud es el aroma de tu corazón. #HagamosQueLasCosasPasen #EntrénateParaElÉxito #LíderesQueInspiran #DiosEsMiCoach #MasQueVencedores]⁹⁶

Estos enunciados están publicados desde cuentas de empresa y también por diferentes usuarios de LinkedIn, algunos en situación de empleo y otros estando en búsqueda laboral, según indican sus perfiles. En ambos aparece esta idea que cualquier eventualidad “siempre” tiene que ver con una cuestión de tener “actitud” y, como correlato, esta “siempre” se puede modificar. Profundicemos en este significante.

“Actitud” aparece, por un lado, como una capacidad innata de los sujetos, que puede entrenarse y activarse, y que tiene que ver con los pensamientos - este sentido se sostiene a su vez en la formación discursiva “científica” que evoca a la neurociencia-.

Por otro lado, vemos que una actitud bien entrenada, permite alcanzar el “éxito”:

[“Si estás pasando por una tormenta, sigue adelante: tu arcoíris está al otro lado”. “Admiro a las personas que pasaron por el infierno y salieron sonriendo”. ¡Qué potentes esas dos frases! Congratulations to Oleg Vishnepolsky! #resiliencia #PensamientosPositivos #DesarrolloPersonal #BuscoEmpleo]⁹⁷ [Cueste lo que cueste hay que EXPERIMENTAR. Salir a la cancha, meter la pata

⁹⁵ Estanislao Bachrach. (2020, 20 de julio). *Tu actitud tiene que ver con tu forma de pensar, por eso es algo que SIEMPRE podés cambiar y mejorar* [Video adjunto] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/estanislaobachrach_neurociencia-cambio-emociones-ugcPost-6596436608675823616-431g/

⁹⁶ Luis Miguel Rubio Zuluaga. (2020, 15 de mayo) *Tu #actitud marca la diferencia en tus resultados! La #actitud es el resultado de la queja o la gratitud!* [Video adjunto][Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/claudia-buitrago-8b387996_comparto-un-ejemplo-de-la-importancia-de-activity-6635517165082599424-X0fP/?originalSubdomain=cl

⁹⁷ Juan Bernardo Domínguez. (2020, 18 de mayo) *“Si estás pasando por una tormenta, sigue adelante: tu arcoíris está al otro lado”. “Admiro a las personas que pasaron* [Imagen adjunta][Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/juan-bernardo-domínguez-404b0a135_if-you-are-going-through-a-storm-keep-going-activity-6575510432310759424-rx3V/

con humor y rapidez para ajustar una y otra vez. APRENDER es la cuestión para ser flexibles y resilientes... para estar vivos.]

Entonces, una “actitud” exitosa - o bien entrenada - es sinónimo de “pensamientos positivos”. Estos están en relación a tener “humor”, “sonreír” y tener sentimientos de “gratitud”. Por otro lado, es sinónimo de “flexibilidad”: una buena actitud es tener una conducta disponible a estar siempre cambiando.

Ambas características se integran en el concepto de “resiliencia”. La resiliencia le implica al sujeto trabajar sobre sí, de manera constante, rápida y continua. Y de eso se trata “estar vivos”: está vivo quien puede reinventarse. De esta forma, la resiliencia se vuelve una forma de ser, por parte del sujeto consciente, a partir de la cual es posible cambiar y superar “siempre” todos los obstáculos (sin perder el optimismo y la sonrisa mientras tanto). Entonces es la resiliencia la capacidad que es necesario poner en juego para poder transformarnos de “buenos” en “geniales” (y, por ende, exitosos). En ese sentido, tener resiliencia, equiparado a tener actitud, se vuelve un imperativo de esta formación discursiva. Esta deviene condición necesaria de la felicidad:

*[Resiliencia, la habilidad que te hará triunfar en tu vida laboral (...)] La resiliencia es una capacidad fácilmente entrenable, aunque laboriosa, que requiere mucho autocontrol, requiere sangre fría, requiere pensar primero y actuar después y - por encima de todo - requiere empatía.]*⁹⁸

Esta configuración de sentido nuevamente se anuda con los discursos “psi” y su noción del sujeto como racional y autónomo, necesariamente capaz de dominarse a sí mismo. Como ya nombramos, la ideología neoliberal se sostiene en la idea que el sujeto tiene control sobre sí, lo que lo vuelve único responsable tanto de sus “logros” como de sus “fracasos”, siendo él quien elige autónomamente sobre su vida - razonamiento propio de la lógica meritocrática-. El “sujeto resiliente” debe ser capaz de saber en todo momento por qué actúa como actúa y corregirse de ser necesario.

⁹⁸ Rodríguez, DJ (7 de diciembre de 2017). Resiliencia, la habilidad que te hará triunfar en tu vida laboral (5+1 ejemplos de uso cotidiano). *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/resiliencia-la-habilidad-que-te-har%C3%A1-triunfar-en-tu-nunez-rodriguez>

A su vez, identificamos que, en esta formación discursiva, la “resiliencia” se entrelaza por un lado con una formación discursiva “espiritual” y, también, con una formación discursiva de la “superación personal”.

["Vivo en un mundo en el que lo único permanente es el cambio. Un cambio que exige aprendizaje, flexibilidad, que me pide que me deconstruya y construya constantemente. Creo firmemente que del caos nacen las estrellas y que cuando nada es seguro, todo es posible. En esta realidad me pregunto: ¿Qué oferta soy para este mundo...? Estoy convencido que aún no soy quien voy a llegar a ser. Necesito renovación continua, mantenerme caminando, trabajar con dignidad y ser perseverante para poder triunfar. Sé que me mueve la pasión. Me guía la fe, porque es la única certeza de lo que se espera. Nada es imposible porque si puedo soñarlo, puedo crearlo. Y si el "NO" ya lo tengo, ahora voy por el " Sí ".]"⁹⁹[Acepta el que el #cambio forma parte de tu vida. Algunos objetivos pueden no ser alcanzables como resultado de las circunstancias y acontecimientos. Acepta las circunstancias y dentro de este nuevo escenario, mira qué puedes hacer, controlar o mejorar. #resiliencia.]¹⁰⁰

En relación a la primera, vemos rastros de ella en significantes como “fé” - “gratitud” - “si puedo soñarlo, puedo crearlo” - “todo es posible”. Por otro lado, la vemos operar en esta idea de “aceptar” lo que hay. Quisiéramos ampliar esta hipótesis recuperando el siguiente enunciado:

[La semana pasada estuve en un taller super poderoso de 3 días (fuera de Lima) para conectarme conmigo misma 💖 a través de la naturaleza, aire puro y un ambiente diferente, que me permita ponerle un stop a la rutina para crear y enfocarme en nuevas ideas. Fueron 3 días de aprendizaje puro acerca de cómo transformar nuestras organizaciones, empezando por la transformación más importante de todas: la transformación cultural. Y aquí unos aprendizajes que quiero compartirles: -La transformación no es de la organización, es de la gente, de sus emociones y comportamientos. Para transformar e innovar, necesitamos primero conectar. Que la gente se conozca, valore y reconozca. -Que cada colaborador entienda el por qué de todo. -El valor de

⁹⁹ Manpower Group Argentina. (2020, 03 de mayo) *Vivo en un mundo en el que lo único permanente es el cambio. Un cambio que exige aprendizaje, flexibilidad* [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/manpowergroup-argentina_experienciariightmanagement-activity-6593529464121028608-Ovw-/

¹⁰⁰ Maite Finch Talón. (2020, 02 de marzo) *Acepta el que el #cambio forma parte de tu vida. Algunos objetivos pueden no ser alcanzables como resultado de las circunstancias* [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/coachmaitefinch_cambio-resiliencia-activity-6596770980197212160-afHO/

crear espacios de diálogos de confianza, donde todos nos podamos decir las cosas sin miedo, con honestidad y asertividad. -El valor de comunicar mirando a los ojos. -Planificar a largo plazo, pensando en el transforming. Realmente grandes aprendizajes para poner en práctica y empezar a cuidar la salud de nuestras empresas, donde cada una de nuestras áreas se sienta parte de un gran todo. ¡List@s para la transformación!]

“Mirando a los ojos” - “conectar conmigo misma” - “naturaleza” - “gran todo” son otros significantes que remiten a la formación discursiva “espiritual” y que aquí aparecen como necesarios para la “transformación”. En este proceso de significación, parecería que la lógica individualista, propia de la ideología neoliberal, pierde fuerza para dar lugar a algo diferente. Ya nombramos que lo que denominamos como salud social es una de las dimensiones que hace a la “felicidad organizacional”. En ese sentido, nuevos valores parecen unirse a la “resiliencia” en relación a un otro (tales como “diálogos de confianza”, “conectar”, “conocerse” y “honestidad”).

[(...) La persona que lidera tiene que ser el primer resiliente; capaz de sobreponerse de los momentos de más dificultad, desarrollando la compasión, la resonancia, la esperanza y la atención plena”.]¹⁰¹

Esta apelación a la “compasión” y la “esperanza” parecería ser que cambian las reglas del juego. Para explicar esto recuperamos la siguiente cita de Davies (2016) en relación al modelo neoliberal:

La virtud de los mercados era su cualidad competitiva, que proporcionaba un procedimiento normativo a través del cual podían determinarse el valor y el conocimiento. De acuerdo con esta lógica, todas las esferas de la actividad humana deberían en consecuencia reconstruirse en torno a los criterios de la competencia, para así garantizar que los productos, los servicios, los instrumentos, las ideas y las personas valiosos fuesen descubiertos. La tarea del gobierno era ahora la de garantizar que los «ganadores» fuesen claramente distinguibles de los «perdedores» y que el combate se percibiese como algo justo. (p.136)

¹⁰¹ equipos&talento. (1 de octubre de 2019). Resiliencia: la palanca de cambio de las organizaciones. *equipos&talento*. https://www.equipostrytalento.com/noticias/2019/10/01/resiliencia-la-palanca-de-cambio-de-las-organizaciones?fbclid=IwAR2fgOmmZTj0TwZrez03YdK8cxBz7f2DkQURVAIC_42PRI4MIS6V9fcFeEA

El trabajo posfordista, caracterizado por la ausencia de formas de solidaridad social¹⁰² y la correspondiente primacía del individualismo, estaba signado por esta lógica de la competencia que tenía al libre mercado como escenario de juego. Trasladas sus dinámicas al resto de las esferas sociales, incluyendo las relaciones laborales, competir se transforma en la manera por excelencia de que el sujeto ofrezca sus “recursos”. Dicho esto, decimos que la lógica de la competencia se transforma en algo distinto ya que, en los documentos que recuperamos, no hay una apelación directa a “ganar” por sobre otros. Más aún, parecería que la competencia es del sujeto consigo mismo en pos de lograr la mejor versión de sí:

*[Cuando me enojaba con la vida, el gobierno, mis ex socios y cualquier excusa por no poder llegar a fin de mes... en vez de tomar las riendas y cambiar mi realidad. Ni hablar de cuando el síndrome del impostor se apoderó de mí y me decía constantemente “sos una mentira, un fraude, no servís para nada...” y me lo creía. Hoy puedo asegurar después de decenas de experiencias como empleado, profesional, emprendedor, padre, esposo, etc...Que no hay peor enemigo que nuestros propios pensamientos. Si aprendemos a ser más amables, tolerantes y positivos con nosotros mismos, la realidad que creamos cambia 180 grados.]*¹⁰³

Aquí vemos cómo se introduce la formación discursiva de la “superación personal” en el mandato de “renovación continua”: el sujeto debe “tomar las riendas” de sí mismo - como “autocontrol” de sus pensamientos - para potenciarse. Recuperamos aquí nuevamente a Laval y Dardot (2010) para quienes el sujeto neoliberal se configura a partir de lo que denominan como dispositivo “rendimiento/goce”. Esta categoría refiere a que se produce la traspolación de una actitud que supo estar vinculada a la formación discursiva “deportiva” (como es la valorización de la competición, la pasión por el entrenamiento, el no rendirse nunca y el deber de rendimiento) a la vida misma del sujeto:

(...) ya no se trata de hacer lo que se sabe hacer y consumir aquello de lo que se tiene necesidad, en una especie de equilibrio entre desutilidad y utilidad. Lo que se requiere del nuevo sujeto es que produzca «cada vez más» y goce «cada vez más», que esté así conectado con un «plus-de-gozar» que ya se ha convertido en sistémico. La vida misma,

¹⁰² Forma que provenían hasta ese momento los sindicatos laborales.

¹⁰³ Ismael Briasco (2022, 20 de diciembre). *Cuando te das cuenta de que podés ser tu peor enemigo... Gran y simple publicación de Will Smith que* [Video adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://pa.linkedin.com/posts/briascoi_reflexionesismael-activity-7029403725928574976-fM7m

en todos sus aspectos, se convierte en objeto de los dispositivos de rendimiento y de goce. (Laval y Dardot, 2010, p.360)

Proponemos que el discurso de la “superación personal” se introduce y hace sentido en el espacio que deja libre el desplazamiento de la competencia como modelo de un trabajador “exitoso”. Este desplazamiento se trata de la mutación del paradigma de la competencia con otros al paradigma de la competencia con uno mismo: el “otro” deja de existir como figura de referencia para la superación. Está operando la lógica individualista neoliberal, pero mediante una inversión de los términos. La unidad de medida para la comparación es una versión pasada del mismo sujeto. La rivalidad ahora es de uno con uno mismo (con una versión que no es “suficiente”).

Cerraremos este apartado recapitulando esta idea nodal respecto a la “felicidad organizacional”: aquello que la organización promueve/gestiona depende si el trabajador pone en juego las cualidades que pueden convertirlo en una persona feliz. Los intentos de promover la felicidad organizacional por parte de las empresas pueden no ser suficientes si el sujeto no colabora con su voluntad. “Voluntad” se equipara aquí con “actitud” y esta con “resiliencia”. El sujeto debe poseer esta última para, por un lado, apreciar la “felicidad organizacional” y también para adaptarse a los cambios que el contexto le requiera. Es la resiliencia el atributo que le permitirá perfeccionarse continuamente.

Frente a este sujeto que se sabe autónomo y responsable de sí no existe el “no puedo” o el imposible. Sentencia que se alimenta de la evidencia de que todos los sujetos poseen esta capacidad en potencia - simplemente por el hecho de ser humanos-. Esta operación ideológica nos remite a Fisher (2016) quién toma de Smail el término “voluntarismo mágico”:

La propagación del voluntarismo mágico fue un factor crucial para el éxito del neoliberalismo. Incluso, podríamos decir que este voluntarismo constituye algo así como la ideología espontánea de nuestra época. Por ejemplo, las ideas de la autoayuda se volvieron influyentes en los programas de TV más populares (...) promueven de modo explícito el emprendedorismo psíquico característico del voluntarismo mágico. Estos productos nos aseguran que las trabas a nuestro potencial productivo son internas. Si no tenemos éxito, es porque no hacemos el trabajo necesario para reconstruirnos. (p.137)

El voluntarismo mágico es un modo de nombrar a esta operación donde el sujeto es pensado como dueño de sí y de su propio destino. Ser dueño lo vuelve no sólo ciento por ciento consciente de su hacer, sino también ciento por ciento capaz de transformarse. La certeza que construye esta formación discursiva - que Smail nombra como “emprendedorismo psíquico” - es que la felicidad es simplemente una cuestión de elección, y por ello es que el “no puedo” es en realidad un “no quiero”.

En el capítulo II, continuaremos analizando cómo opera este discurso que hace al sujeto responsable de su felicidad, y veremos cómo, en esta formación discursiva, comprender el “no puedo” como una elección consciente, construye un efecto sujeto específico.

Capítulo II: La gestión del talento

Como venimos describiendo, en esta formación discursiva es un objetivo de las empresas gestionar “estrategias” que promuevan “felicidad organizacional” (con el fin último de maximizar las ganancias). Observamos que esta idea se pone en relación con una secuencia discursiva que va entretejiendo una relación entre los significantes de “felicidad” y “talento”. En esta cadena de sentidos, parecería ser que “trabajador” y “talento” devienen sinónimos¹⁰⁴:

*[Apostamos por las personas como el mayor activo de las empresas. Analizamos y desarrollamos estrategias de felicidad y cultura corporativa para ayudar a pequeñas, medianas y grandes empresas a ENAMORAR, FIDELIZAR Y POTENCIAR al mejor talento en sus compañías.]*¹⁰⁵ *[Las empresas han de tomar conciencia de cada persona, que cada colaborador es único y precisan de un trato humano más personalizado. Solución óptima para retener el talento y captar nuevo talento. Dando lugar a trabajadores más satisfechos, más felices, más riqueza, empresas más solidarias, productivas, rentables y eficaces.]*¹⁰⁶

Según los enunciados descritos, observamos que en esta secuencia la “felicidad organizacional” se erige como prioridad al volverse un *medio* para atraer y/o conservar “talento”. En esta lógica adquieren valor las acciones que hagan que el “talento” esté feliz- como las que ya venimos describiendo y que remiten al cuidado del “bienestar” -. Un “talento” que permanece feliz, es un sujeto productivo: “más satisfechos, más felices, más riqueza”. Empresas con talentos felices son empresas rentables.

Dicho esto, algunas de las preguntas a las que intentaremos dar respuesta en este segundo capítulo son: ¿Qué es “talento” dentro de esta formación discursiva? ¿Qué sentido adquiere con relación al imperativo de la “felicidad en el trabajo”? y ¿Qué efecto sujeto se desprende de esta relación?

¹⁰⁴ Más adelante veremos que se presenta una fractura en esta relación de sentido.

¹⁰⁵ Departamento de Felicidad. *Acerca de* [página de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado el 9 de mayo de 2021, de https://www.linkedin.com/company/departamento-de-felicidad/?trk=public_profile_experience-item_profile-section-card_image-click&originalSubdomain=ar

¹⁰⁶ Arenas, C (12 de octubre de 2022). Trabajadores felices = Empresas más productivas. *LinkedIn Pulse*.

2.1. Talento y profesionalismo: la búsqueda de la excelencia.

Entonces, ¿qué - o mejor dicho quién - es el “talento” y cuáles son sus características?

*[Nova es una #comunidad global de #talento sobre invitación cuyo objetivo es poner en contacto el top 3% de los profesionales y estudiantes de alto talento de diversos sectores y 72 países, todos aunados por rasgos como una mente abierta, curiosidad intelectual, liderazgo, adaptabilidad, compromiso y pasión.]*¹⁰⁷ *[¿Sabes identificar una persona con talento? Este tipo de personas son una joya para la organización ya que poseen una combinación de cualidades por encima de lo esperado y lo necesitado. Es entusiasta: le emociona un nuevo proyecto, inyecta energía de la gente. Es curioso: adquiere todo tipo de conocimiento, aunque no sea su área. Genera ideas: siempre tiene la solución a cualquier problema. Es flexible: se adapta a diferentes situaciones, no se cierra a un enfoque. Es analítico: se percata de los aspectos en que puede mejorar]*¹⁰⁸

En principio encontramos la presencia de varios significantes que nos permiten ir empezando a despejar la incógnita: “pasión”, “entusiasta”, “adaptabilidad”, “flexible”, “mente abierta”, “curioso” y “analítico”. Vemos que estos tienen mucho que ver con las descripciones que ya realizamos sobre la formación discursiva de la “resiliencia”. No obstante, nos parece importante señalar una dimensión que aparece y es el estar “por encima de lo esperado y lo necesitado”:

*[El tener profesionalismo te transforma en una persona confiable, un espejo que refleja algunos aspectos que otros quisieran emular; y, también, en un orgullo personal que hace aumentar tu autoestima y autovaloración, ya que sabés que estás haciendo, siempre y bajo toda circunstancia, todo lo humanamente posible en el máximo nivel de excelencia. Si bien esta descripción parece muy exigente al leerla, es así cómo se construye el profesionalismo: dándolo todo.]*¹⁰⁹

¹⁰⁷ Bárbara Montanari (2020, 10 de julio) *Es todo un honor poder compartir la noticia de que he superado con éxito el proceso de admisión de Nova* [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn Talenth https://www.linkedin.com/posts/barbara-montanari_comunidad-talento-oportunidad-activity-6708763713022763008-NCa/?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

¹⁰⁸ People Group Dominicana (2020, 11 de julio). *¿Sabes identificar una persona con talento? Este tipo de personas son una joya*  *para la organización ya que poseen* [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/people-group-dominicana_talentos-reclutamiento-personallaboral-activity-6710239344772313088-IgSA/

¹⁰⁹ Colombo, D. (24 de noviembre de 2019). 6 ideas para combatir la falta de profesionalismo. *Empresa*. <https://rh-agil.com/6-tips-para-crear-felicidad-en-tu-empresa/https://empresa.org.ar/2019/6-ideas-para-combatir-la-falta-de-profesionalismo/#:~:text=Si%20bien%20esta%20descripci%C3%B3n%20parece,en%20cada%20cosa%20que%20hace.>

Si “talento” se inscribe aquí como equivalente a “profesionalismo”, nuestra primera lectura es que el sentido de “ser profesional” ya no se anuda con “formación”, entendida como haber alcanzado un determinado grado de estudios. Un título académico, una maestría o especialización, por ejemplo, ya no serían garantía de “profesionalismo”. Ahora se es profesional si se está “dándolo todo”. Esto supone el compromiso de la persona con la “excelencia”, “siempre y bajo toda circunstancia”:

*[Ser profesional no significa tener profesionalismo, escribe el coach Daniel Colombo en la revista Clase Ejecutiva. Aunque hay personas que tienen títulos y una gran trayectoria, muchas veces están lejos de comportarse como profesionales: son impuntuales, prometen y no cumplen con las tareas, buscan la discusión permanente y hacen el mínimo esfuerzo. Entonces, ¿qué significa tener profesionalismo? Es aplicar la cualidad de la excelencia al desarrollo de las actividades, donde se destacan valores, responsabilidad sobre el proceso, y compromiso, dice el especialista.]*¹¹⁰

Empezamos a ver aquí una distinción entre sujetos “profesionales” y sujetos “no profesionales”:

[El que tiene profesionalismo no es tibio: es apasionado, comprometido y agrega valor, su milla extra, en cada cosa que hace. Incluso en sus puntos débiles (que los tienen). Los que son reconocidos por esta cualidad se corrigen, aprenden, estudian, piden feedback, mejoran permanentemente. Esto es, también, lo que los distingue de los demás(...)] Y, bueno es saberlo, habrá personas que jamás van a comportarse con profesionalismo, en parte porque les da lo mismo -se llama mediocridad-, y en parte porque quizás para ellos su medida interna de “darlo todo” es bien baja, a ras del suelo: frente a esto, no hay mucho para hacer.] ¹¹¹

Según esta publicación de Daniel Colombo¹¹² (quien aparece citado en el enunciado anterior como “experto”), “dar la milla extra” define al “sujeto profesional” o “talento”. No pasa desapercibido que esta característica aparece también bajo el significante “agregar valor” como

¹¹⁰ Resumen diario de Noticias de LinkedIn. (4 de octubre de 2019). Procrastinar puede no ser tan malo; cómo responder a preguntas difíciles en la entrevista de trabajo y otras noticias. *LinkedIn Pulse*. <https://www.linkedin.com/pulse/procrastinar-puede-ser-tan-malo-c%C3%B3mo-responder-en-la-tendencias/?originalSubdomain=es>

¹¹¹ Colombo, D (30 de septiembre de 2019). Impostores en la oficina: cómo detectar a los profesionales sin profesionalismo *El Cronista*. https://www.cronista.com/clase/trendy/Impostores-en-la-oficina-como-detectar-a-los-profesionales-sin-profesionalismo-20190930-0001.html?utm_source=pushnotificaciones&utm_medium=cms&utm_campaign=noticias_push

¹¹² Daniel Colombo se define a sí mismo como Master Coach Internacional; Speaker; comunicador y autor. Además, LinkedIn lo reconoce como Top Voice América Latina - destacando así sus publicaciones y reconociendo relevancia como perfil influyente de esta red social-.

preconstruido de la formación discursiva “económica”, propia de la ideología neoliberal. Ya habíamos visto que el fin de la felicidad organizacional era la optimización del sujeto sobre sí. Hoy por hoy el sujeto trabajador es un “activo” más de la empresa y debe querer dar su máximo para generar “valor”.

Por otro lado, vemos que el sujeto “profesional” está en un constante proceso de revisión sobre sí: “se corrigen, aprenden, (...) mejoran permanente”. Nuevamente vemos asociaciones que remiten al mandato de la “resiliencia” como actitud que les permite transformarse y alcanzar una versión mejorada. El sujeto “profesional” es un trabajador que se supera, que está siempre en un estado de mejora continua y que siempre tiene un extra - un plus - para seguir dando de sí - sobre todo, a la empresa-.¹¹³ Este es un sujeto deseado. Para este trabajador está pensada la felicidad organizacional.

[¿Qué significa entonces ser profesional? Prepararse, pero no solamente en el sentido académico sino estar preparado para las preguntas, las eventualidades y las situaciones que se puedan presentar en el desarrollo de tu actividad. Demostrar la excelencia en la actividad que se está desarrollando. La pregunta natural entonces es: ¿eres el mejor referente o ejemplo de tu actividad? ¿ese es el mejor resultado que se puede obtener? (...) Ser profesional es la base sobre la que se construye tu reputación. La reputación no es algo que se construye de la noche a la mañana y mucho menos en un solo esfuerzo; es algo que se va construyendo día a día y con pequeños esfuerzos.]

Si nos preguntamos por qué en esta formación discursiva se vuelve importante para el sujeto el “profesionalismo”, quizás la “reputación” sea una respuesta posible. Para tener una reputación parece ser necesaria una “preparación” por parte del sujeto, como una planificación que hace sobre sí - aquí nuevamente vemos funcionando la operación ideológica del sujeto como dueño de sí -. Ser profesional equivale a saber afrontar cualquier eventualidad, “día a día”. En este punto, no llama la atención que en recurrentes referencias al “profesional” o “talento”, aparezca lo que pensamos como una entrega o disponibilidad permanente por parte del sujeto. Debe “darlo todo” en su actividad laboral, y también estar “preparado” para “todo”. Es la entrega total de sus conocimientos y experiencia al desarrollar su rol laboral - como puesta en acto -, pero también es la entrega total de su subjetividad. Todo está en juego todo el tiempo, y por

¹¹³ Ya habíamos señalado, en el capítulo anterior, que la “genialidad” le requiere al sujeto estar por sobre la norma.

ende la reputación puede ser constantemente afectada: [*«Tu desarrollo personal es tu destino»*]¹¹⁴

Tanto la “resiliencia” como el “profesionalismo” son estados permanentes. Haciendo un breve paréntesis, recuperamos a Jonathan Crary para quien, una de las características propias del mundo capitalista del siglo XXI, es la que denomina como “principio de funcionamiento continuo” (2015, p.36). Este entorno de funcionamiento 24/7 a lo que refiere es a pensar la vida humana como un periodo sin interrupciones ni fisuras, es decir, como una máquina. Crary afirma que este principio implica una reorganización de las identidades personales en función de las necesidades del mercado y las redes de información, quedando pocos espacios que no hayan sido incorporados a la lógica del consumo, del trabajo o del marketing.

En relación a esto es que nos interesa el sentido que, en esta formación discursiva, parece adquirir la “reputación”, recuperándose como una exigencia de auto-administración continua. La “reputación” toma este ritmo 24/7 y se vuelve una cuestión ininterrumpida que requiere “esfuerzo” y ser “perseverante”. Lo urgente funciona aquí como una intensificación de la responsabilidad individual, ya que opera un continuo cuestionamiento del sujeto sobre sí. Este cuestionamiento funciona como partida para poder cumplir con el mandato de transformación. Recuperamos aquí a Laval y Dardot (2010) para pensar este llamado a estar constantemente reinventándose a uno mismo - como implicación total de la subjetividad - como uno de los mandatos propios de la ideología neoliberal:

(...) la racionalidad neoliberal empuja al yo a actuar sobre sí mismo para reforzarse y así sobrevivir a la competición. Todas sus actividades deben compararse a una producción, una inversión, un cálculo de costos. La economía se convierte en una disciplina personal. (p.335)

Esta administración sobre sí también presenta rasgos de la formación discursiva del “management”. Al igual que la felicidad puede planificarse y medirse, el sujeto puede - y debe - planificar y gestionar su mejor versión.

¹¹⁴ César Lara Ramirez. (2022, 15 de julio). *Tu nivel de éxito es proporcional a tu nivel de desarrollo personal. O como me gusta decir, tu desarrollo personal* [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/clrlara_gt-activity-6923376530370822145-H3fl?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

A su vez, observamos que, a partir de estas operaciones de sentido, el trabajo requiere ahora otros metatrabajos. Este término lo retomamos aquí a partir de cómo es pensado por Fisher (2015) en relación al incremento de las tareas burocráticas y administrativas que reclama el neoliberalismo:

En lugar de terminar con el exceso de reglamentaciones burocráticas, tal como era la promesa de los ideólogos neoliberales, la combinación de las nuevas tecnologías y el gerencialismo ha incrementado de modo masivo la presión administrativa sobre los trabajadores, de los que se espera que hoy sean sus propios auditores (..) El trabajo, no importa cuán provisorio sea, implica ahora la realización de otros metatrabajos: la confección de registros, el inventario de objetivos y metas, el compromiso con el llamado «desarrollo profesional continuo» (p.131)

Proponemos que la construcción de la “reputación” se integra a estos trabajos paralelos que hacen a las tareas del empleado. Los esfuerzos y las victorias laborales y personales deben quedar registrados, ya sea en el currículum laboral o en una publicación de LinkedIn.¹¹⁵ En este proceso, la vida entera del sujeto se integra así a una lógica del marketing.

Para concluir esta descripción del “talento”, nos gustaría señalar brevemente un último elemento de la “reputación”. Si tradicionalmente, en la formación discursiva del “management”, una “reputación” era sinónimo de impecabilidad en la trayectoria laboral, entendida esta con una duración de muchos años y especializada (en el sentido de que crecía en jerarquía de tareas); en esta coyuntura esto es reemplazado por el imperativo de ser “empático”:

*[El éxito no es llegar a altos rangos ni caerle bien a todos, el éxito es cuánto aprendes día a día y cuánto logras transformar de a poco la vida de otros. Liderazgo es que te admiren por buscar mantener la coherencia entre lo que dices y haces y que tú energía se sienta positiva y capaz de lograr muchas cosas siempre con los otros, no por encima ni a través de ellos.]*¹¹⁶

¹¹⁵ Valentina Rébora (2022, 3 de diciembre). *Quiero contarles que estoy muy feliz y orgullosa de haber obtenido la Certificación de Coach Ejecutivo ACTP por la* [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/valentinarc3%A9bora_coaching-trabajo-recursoshumanos-activity-7053993763257335808-hz38/?trk=public_profile_like_view

¹¹⁶ Liliana M. (2020, 04 de enero). *El éxito no es llegar a altos rangos ni caerle bien a todos, el éxito es cuánto aprendes día a día* [Miniatura con enlace adjunto] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/ruth-caballero-15506a165_ser-felices-en-el-trabajo-es-lo-que-nos-activity-6594720206264770560-X1IC/?originalSubdomain=py

La empatía está signada por la consideración del otro, un preconstruido que podríamos considerar que tiene raíces en una formación discursiva “religiosa” - amarás al prójimo como a ti mismo -, pero encontramos que no está distante de lo que llamaremos formación discursiva de la “inteligencia emocional”. Proponemos que esta formación está integrada por diferentes significantes, entre ellos, “liderazgo”, “empatía”, “amabilidad”, “auto-regulación”:

*[Quizás porque necesitamos más espacios de amorosidad es que cobra cada vez más relevancia la AMABILIDAD (Kindness). ¿Cómo alentarla? Con los RAK, “Random Acts of Kindness” o actos de amabilidad aleatorios, que hacen bien a otros y a uno mismo, y transforman el mundo en un lugar mejor. Los actos de amabilidad generan un gran impacto positivo. Al dar o recibir un gesto amable, se produce un aumento de oxitocina, generando una disminución en la presión sanguínea, una mejora en la salud cardíaca y un incremento la autoestima y el optimismo; aumenta la valoración personal, se incrementa el sentido de pertenencia en un contexto grupal, las ganas de colaborar, de compartir y de retribuir el buen gesto replicándolo, y crece el compromiso.]*¹¹⁷

La “amabilidad” es otra de las prácticas que hacen al trabajador “feliz”: al igual que la “empatía” funciona aquí como “metatrabajo” esencial en esta coyuntura. Los “gestos amables” están dados por actos que tienen características específicas: deben ser “espontáneos”¹¹⁸, deben ser “buenos” y deben incluir a otros. Al hablar de espontaneidad, la “amabilidad” se construye como un rasgo natural en los sujetos. Por otro lado, identificamos una vez más la apelación a la formación discursiva de la “salud”. Se utiliza como argumento a favor de los “RAK”, que realizarlos posee efectos evaluados como positivos sobre el organismo (salud física), sobre la propia autoestima (salud emocional) y sobre la relación con otros (salud social).

[¿Cómo “sembrar” amabilidad en nuestras organizaciones? Créa una “Kindness wall” en la oficina, donde se pueda dejar mensajes amables, frases motivadoras, felicitaciones. Busca oportunidades para felicitar y hacer cumplidos. Llevá algo rico para compartir con tu equipo sin que haya un motivo especial. Ofrecé ayuda de manera espontánea. Ordená o limpiá espacios

¹¹⁷ VN Consultora. (2020,2 de julio). *Quizás porque necesitamos más espacios de amorosidad es que cobra cada vez más relevancia la AMABILIDAD (Kindness). ¿Cómo alentarla?* [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/vn-consultora_vnconsultora-kindness-rak-activity-6630909356143636480-unyb

¹¹⁸ La traducción al español de la palabra “Random” es aleatorio.

comunes. Escribí recomendaciones en LinkedIn de colegas. Compartí conocimientos de manera desinteresada.]]¹¹⁹

Vemos como esta relación amabilidad-salud se nutre a su vez de la formación discursiva del “higienismo” como la creencia de que la sanidad tiene que ver con un estado inmaculado y que este se logra a través de ciertas condiciones, como son el “orden” y la “limpieza”. Podríamos pensar que estas nociones de “pureza” y “orden”, así como el significante “desinteresada”, remiten una vez más a la formación discursiva religiosa. Pero también, se entrama con una lógica discursiva que asume a lo “positivo” como estado deseado. Esta formación está teñida por un tono naif que pondera al “optimismo” y al “bienestar”.

[También suma el desarrollar una inteligencia emocional avanzada, donde la motivación, la mencionada empatía, la relación con los demás, y, sobre todo, la auto-regulación emocional, ayudan a poder afrontar mejor los problemas y a procesar las circunstancias de forma contributiva y positiva. Una persona valiosa tiene equilibrio emocional, temple y fortaleza interna, y sabe encontrar las formas de aplicarlas para su elevación y crecimiento, y lo mismo con los demás.]]¹²⁰

En línea con esto, la “auto-regulación” es otro de los rasgos de esta formación que constituye al “talento”. Conocerse a uno mismo es una “competencia” más que el sujeto debe desplegar en el entorno de trabajo. Se da por hecho que las emociones humanas pueden dominarse - operando aquí una vez más la evidencia de sentido respecto a la plena consciencia del sujeto sobre sí -. La voluntad como factor que determina ser o no ser valioso. Si líneas arriba describimos que la lógica de la competencia se transforma al tomar elementos de la formación discursiva de la “superación personal”, vemos que a su vez la desborda atribuyéndole unas características nuevas. La “superación personal” es también ser cada vez más empático, más amable y más auto-regulado.

¿Qué sucede entonces cuando no contamos con este bagaje de emociones voluntarias y positivas que nos permitirán ser felices y, por ende, ser talento?

¹¹⁹ VN Consultora. (2020,2 de julio). *Quizás porque necesitamos más espacios de amorosidad es que cobra cada vez más relevancia la AMABILIDAD (Kindness).¿Cómo alentarla?* [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/vn-consultora_vnconsultora-kindness-rak-activity-6630909356143636480-unyb

¹²⁰Colombo, D (s.f.). *¿ERES UNA PERSONA VALIOSA? 5 FORMAS DE SABERLO*. Daniel Colombo.com . Recuperado el 03 de octubre de 2021 de <https://url.com> <https://www.danielcolombo.com/eres-una-persona-valiosa-5-formas-de-saberlo-por-daniel-colombo/>

2.1.1 La temporalidad del mundo V.U.C.A

Antes de continuar desarticulando el significante “talento”, resulta interesante reflexionar un poco más acerca de la dimensión temporal en la que tiene lugar la “felicidad organizacional”. Gran parte de los documentos recolectados hacen referencia a que “los tiempos han cambiado”. Traemos estos documentos al análisis ya que sostenemos que la descripción que se hace sobre cómo es el mundo del trabajo en la actualidad está en estrecha relación con el sentido que se le otorga a la felicidad en esta formación discursiva. Este “nuevo escenario” que al parecer todos habitamos fue denominado con un nombre específico: V.U.C. A¹²¹, siglas que hacen referencia a un entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo.

*[Vivimos en tiempos complejos. Todos nosotros fuimos formados para cambios lineales y secuenciales. Sin embargo, la aceleración del cambio actual hace que vivamos a un ritmo exponencial. Y esta exponencialidad fue descrita como VUCA, un acrónimo en inglés formado por los términos Volatility (V), Uncertainty (U), Complexity (C) y Ambiguity (A)]*¹²² *[Dentro del mundo VUCA en el que vivimos, un mundo volátil, incierto, complejo y ambiguo, la adaptabilidad, es decir, la capacidad de reaccionar a los cambios, debe ser primordial. Debemos ser capaces de adaptarnos de forma rápida y eficaz a los nuevos escenarios que se nos presentan y crear nuevas oportunidades en aquellos entornos con una alta incertidumbre, lo que nos dotará de importantes ventajas competitivas.]*¹²³ *[Recuerda que, en la mayoría de los casos son la internacionalización y la incorporación de las nuevas tecnologías las que generan un entorno VUCA, de modo que se hace muy necesario abordar de forma correcta la transformación digital y gestionar bien el talento en la era tecnológica.]*¹²⁴ *[El mundo está cambiando a pasos agigantados y esa velocidad transformadora es la gasolina que inflama la incertidumbre, la volatilidad y la ambigüedad a la que se enfrentan los negocios. Éste es el llamado ‘mundo VUCA’,*

¹²¹ “La noción del concepto V.U.C.A fue creado por la War College, la institución educativa del Ejército de los Estados Unidos, para describir la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad del mundo surgido tras el fin de la Guerra Fría” Recuperado de <https://www.infobae.com/tendencias/talento-y-liderazgo/2019/11/05/mirar-a-las-organizaciones-el-desafio-de-como-trabajar-desde-el-presente-con-la-mirada-hacia-el-futuro/>

¹²² Melamed, A. (5 de noviembre de 2019) Mirar a las organizaciones: el desafío de cómo trabajar desde el presente con la mirada hacia el futuro. *Infobae*. <https://www.infobae.com/tendencias/talento-y-liderazgo/2019/11/05/mirar-a-las-organizaciones-el-desafio-de-como-trabajar-desde-el-presente-con-la-mirada-hacia-el-futuro/>

¹²³ Netmind (s..f). *Cursos Gestión del Cambio Agile*. Netmind. Recuperado el 18 de mayo de 2021 de <https://netmind.net/es/gestion-del-cambio-agile/>

¹²⁴ M, A.. (17 de agosto de 2018). Entorno VUCA: qué es y qué impacto tiene en tu empresa. *HR Trends*. <https://empresas.infoempleo.com/hrtrends/entorno-vuca/>

*un escenario donde los CEO han aprendido a liderar sus barcos en la noche con la ayuda de la tecnología, la participación de sus empleados y los consultores que los acompañan.]*¹²⁵

Si bien podríamos traer al análisis otros enunciados que nombran el contexto actual como “mundo V.U.C.A”, creemos que estos son suficientes para introducir la cuestión. Esta terminología sostiene una distinción, un cambio de tiempo. Lo que nos dice es que las condiciones ya no son las mismas que “antes”¹²⁶, y eso conlleva a la necesidad de otra “gestión”.

¿Cuál es la novedad de esta temporalidad? ¿Cómo impacta esta narrativa en la comprensión del “talento”? Traemos a modo de respuesta las palabras de Fisher quien retoma la anécdota de Ivor Southwood respecto a una oportunidad de empleo para la que potencialmente podría haber sido entrevistado, y, sin embargo, al no estar disponible en el momento exacto que la empresa lo contacta, queda descartado del proceso (habiendo llamado el mismo día, unas horas más tarde):

“«Diez minutos en la calle es un lujo que un trabajador freelance no se puede tomar», relata Southwood. De estos trabajadores se espera que se queden en la puerta de la fábrica, con las botas puestas, cada mañana sin falta. En estas condiciones: la vida se vuelve precaria. Planear se hace difícil y las rutinas se tornan imposibles. El trabajo puede empezar o terminar en cualquier momento, y la responsabilidad de crear la próxima oportunidad y de surfear entre distintas tareas recae en el trabajador. El individuo debe encontrarse en un permanente estado de alerta. El ingreso regular, los ahorros, la categoría de ocupación fija ya son restos de otro mundo histórico.” (Como se cita en Fisher, 2016, p.126).

Sostenemos que la ideología neoliberal normaliza este “permanente estado de alerta” que menciona la anécdota. Podríamos pensar que este discurso ideológico naturaliza las crisis (económicas, sociales y políticas) y esta naturalización contiene y habilita, por un lado, el

¹²⁵ Rey, J. (12 de mayo de 2021). VUCA: Empresas ante la incertidumbre. *Forbes España*.
<https://forbes.es/empresas/50561/vuca-empresas-ante-la-incertidumbre/>

¹²⁶ Con antes nos referimos al período fordista pensado como un modelo laboral donde los procesos están más estructurados, así como las tareas de los trabajadores, y los espacios, más divididos y delimitados: “Los trabajadores del capitalismo clásico podían adquirir un único conjunto de habilidades interorganizadas y esperar que el progreso llegara solo dentro de una estructura organizacional jerárquica y rígida; hoy en día los trabajadores siempre deben adquirir nuevas habilidades en su deambular de puesto en puesto, de empresa en empresa. En la medida en que la organización del trabajo se descentraliza, en la medida en que las redes horizontales sustituyen la jerarquía piramidal, la ventaja reside en la flexibilidad” (Fisher, 2016, p.63)

mandato de lo “novedoso”, en relación a la transformación constante, y también, el de la “resiliencia” como nuevo paradigma de respuesta frente a lo que acontece.

*[Con este marco, se percibe a la distancia a aquellos profesionales de verdad; esos que, puestos sobre los desafíos, poseen capacidad de maniobra, equilibrio emocional, habilidades para la toma de decisiones y, a la vez, los aspectos fundamentales de su rasgo de excelencia en el desempeño. Entendiendo que las crisis producen desvíos en la productividad en el trabajo y en el mundo emocional de todas las personas, los verdaderos profesionales lo asumen como un reto a superar, algo que los motiva e impulsa a liderar con mayor esfuerzo y entusiasmo. No es menor hablar de profesionalismo en medio del caos y la incertidumbre, ya que, en medio de la tormenta, son estas personas las que pueden sostener el rumbo lo mejor posible, y acompañar a quienes, por falta de compromiso o por comodidad o imposibilidad emocional sobre cómo afrontar los problemas, se quedan paralizados sin capacidad para actuar.]*¹²⁷

Esta ponderación de lo incierto trae aparejada a su vez la normalización de la responsabilidad del sujeto. Frente a la falta de certidumbre, la única certeza se traslada al sujeto a través del imperativo de ser flexible. Como vimos, la evidencia de este como único responsable de sus logros y fracasos - que opera bajo la lógica meritocrática neoliberal - resurge aquí a partir de la idea de aprovechar la incertidumbre para crear “oportunidades” de “evolución”: *[Estos tiempos nos interpelan a adoptar un mindset de crecimiento, a dejar de lado muchas de las creencias que teníamos como ciertas (...). No ganamos nada resistiéndose e invirtiendo energía para no cambiar. Muchas veces vivimos a la altura de nuestras limitaciones y no de nuestras posibilidades (...). creo que es la esencia del autoliderazgo, “conquistarse y dominarse uno mismo”. Se trata de tomar las riendas de nuestro progreso y evolución.]*¹²⁸

Si el imperativo de la urgencia - como temporalidad 24/7 - y la flexibilidad se convierten en evidencias ideológicas que construyen este “nuevo tiempo” podemos observar que: “el trabajo nunca termina: el trabajador debe estar siempre disponible, sin derecho a ninguna vida privada ajena al tiempo de trabajo. Por otro lado, el precario es por definición descartable, incluso si se

¹²⁷ Colombo, D. (27 de mayo de 2020). 10 actitudes que revelan tu profesionalismo, aún en medio de una crisis. *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/10-actitudes-que-revelan-tu-profesionalismo-a%C3%BAn-en-medio-colombo>

¹²⁸ Gaby Hostnik. (2020, 29 de julio). ~Autoliderazgo~¿Soy protagonista de mis elecciones y acciones?¿Qué estoy haciendo para desarrollarme personal y profesionalmente?Mucho hablamos de liderazgo y de [Imagen adjunta] [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/gaby-hostnik-6539499_rediseaehate-propaejsito-autoliderazgo-activity-6589678444924198912-x10Z/

muestra capaz de sacrificar todas y cada una de sus esferas de autonomía en aras del trabajo.”
(Como se cita en Fisher, 2016, p.132)

Para continuar profundizando en la construcción de este relato respecto a la nueva temporalidad, quisiéramos recuperar para el análisis el listado de “las habilidades duras y blandas más demandadas en el mercado laboral de 2020”¹²⁹ que LinkedIn publicó. La lista se divide en dos rankings de cinco habilidades cada uno:

- *[Top 5 habilidades blandas: Creatividad - Persuasión - Colaboración - Adaptabilidad - Inteligencia emocional.*
- *Top 10 habilidades duras: Blockchain - Cloud computing - Razonamiento analítico - Inteligencia artificial - Diseño UX - Análisis empresarial - Marketing de afiliados - Ventas - Computación científica- Producción de video.]*¹³⁰

En principio, partimos de identificar que al proponer una clasificación en “blandas” y “duras” se está apelando a la evidencia ideológica de la ciencia moderna, y de la distinción que en ella se hace respecto a “ciencias blandas” y “ciencias duras”: entendiendo que lo blando aquí tiene que ver con aquello que no es cuantificable y lo duro con aquello que se basa en datos. Al apelar a ese sentido “ya conocido” se produce la interpelación y el efecto de “compresión”.

Por otro lado, señalamos que esta distinción y jerarquización de habilidades se fundamenta en el impacto de las “nuevas tecnologías” en el mercado del trabajo. La ideología neoliberal hace una valoración tal de la técnica que construye un “mundo V.U.C.A” que define como realidad.

Con relación a esto, uno de los artículos que nos interesa traer a cuestión se pregunta “¿Por qué debo desarrollar también los “soft skills”¹³¹ para adaptarme al teletrabajo y la transformación digital?”:

[En primer lugar, hay que pensar que algunos de los “soft skills” más importantes como la flexibilidad, la capacidad de aprendizaje, la resiliencia o la apertura al cambio, son habilidades

¹²⁹ Según se indica, “la compañía utilizó datos de más de 660 millones de profesionales en su red y más de 20 millones de listas de trabajos para determinar las habilidades en alta demanda en relación con su oferta.

¹³⁰ Redacción CepymeNews (13 de febrero de 2020) Estas serán las habilidades laborales más demandadas en 2020 según LinkedIn. *Cepyme News*. <https://cepymenews.es/habilidades-laborales-mas-demandadas-2020-segun-linkedin>

¹³¹ Soft skills es entendido como sinónimo de habilidades blandas.

*que, precisamente, lo que hacen es ayudarme a “adaptarme” más rápidamente a cualquier circunstancia cambiante del entorno. Tener totalmente interiorizadas dichas conductas y practicarlas con total normalidad me convierten en un “hombre” (...)En segundo lugar, porque algunos de los principales “soft skills” son precisamente los que me permitirán transformarme digitalmente más rápido. Desarrollar la capacidad de análisis, de buscar y gestionar información, de ordenarla y estructurarla, para ser más eficaces, eficientes y tomar mejores decisiones, son aspectos intrínsecos a la propia Transformación Digital. Tener atracción por estas conductas, en lugar de aversión, como muchas personas aún sienten, es algo inevitable hoy día. No debemos dudar ni un minuto que es mejor minimizar la resistencia al cambio, porque viviremos más tranquilos y seguros.]*¹³²

Para hacer algunas aclaraciones, dentro del entorno organizacional, el desarrollo de las TICs tiene como correlato un proceso al cual se denomina “transformación digital”. Con este término se hace referencia a que las organizaciones y empresas incorporen los nuevos desarrollos y recursos tecnológicos en su operación. No obstante, podríamos decir que este proceso - la incorporación de tecnología - es una dinámica que se viene dando desde hace ya varias décadas. Entonces, ¿cuál es la novedad actual de la “transformación digital”?

*[En tiempos de Inteligencia Artificial, emails, herramientas de productividad, planillas de Excel, gamers, robots, celulares y geolocalización, el diferencial está en el contacto humano. En los sentimientos. En los valores compartidos. En lo extraordinario. Y cuando los líderes y las empresas lo entienden y son consistentes en el tiempo, construyen su reputación.]*¹³³

Sostenemos que se trata de generar nuevos marcos de entendimiento donde lo que se recupera es la necesidad de “humanización” de los entornos. Ante la automatización de las tareas, la ventaja competitiva laboral es, precisamente, ser “más” humanos. Siguiendo esta línea, frente al contexto incipiente de la “transformación digital”, ser “talento” se trata de tener un conocimiento específico que está dado, en su mayor parte, por competencias digitales¹³⁴ pero

¹³²Xavier. (s.f.). ¿POR QUÉ DEBO DESARROLLAR TAMBIÉN LOS “SOFT SKILLS” PARA ADAPTARME AL TELETRABAJO Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?. *Skills book*. Recuperado el 15 de febrero de 2022 de <https://skillsbook.es/2021/02/por-que-debo-desarrollar-tambien-los-soft-skills-para-adaptarme-al-teletrabajo-y-la-transformacion-digital/>

¹³³ Dalman, D. (8 de octubre de 2019) . Cómo ganar las elecciones. *Infobae*. <https://www.infobae.com/opinion/2019/10/08/como-ganar-las-elecciones/>

¹³⁴ Con competencias digitales nos referimos a conocimientos en el ámbito de la computación y sistemas, así como al uso de herramientas digitales de análisis de datos. Si bien nos parece importante hacer esta mención, no profundizaremos en esta tesina sobre qué sucede con otros tipos de conocimientos académicos, o de otras ciencias cuyos objetos de investigación no sean relevantes a este proceso.

también por una forma de ser del trabajador que tiene que ver con lo “extra-ordinario” y que venimos describiendo. Hay una recuperación de la “humanidad” donde modos de ser y rasgos específicos adquieren valor (“flexibilidad”, “resiliencia”, “innovación”, “inteligencia emocional”, “optimismo”, “creatividad”, etc).

Estas “habilidades blandas” que se le demandan al sujeto son pensadas en función de su adaptación al ritmo de los avances tecnológicos - que definen a su vez el entorno - y son las que hacen al sujeto un “hombre”. Es decir, que los comportamientos se vuelven “humanos” a partir de su utilidad para la “transformación digital” que acontece. Así, lo humano es recuperado de una forma precaria que borra ciertos rasgos del sujeto - pensados como “competencias” o “habilidades” - en favor de otros:

*[A la vez, el mundo del trabajo está cambiando y plantea a las organizaciones diversos desafíos, como el reentrenamiento de habilidades, ya que las personas viven y trabajan más años y pueden volverse obsoletas.]*¹³⁵

La operación ideológica que construye como única realidad este entorno V.U.C.A, le otorga al proceso un carácter de inevitabilidad, y lo concibe como una fuerza autónoma cuyas circunstancias se vuelven casi imposibles de evitar o ignorar. Por esto el cambio se concibe como la única salida: *[...]La amplitud mental es esencial, porque las firmas que no se transforman están destinadas a desaparecer, lo mismo sucede con los colaboradores]*.¹³⁶

Si el mundo V.U.C.A se decreta como una realidad innegable, ¿qué pasa si no contamos con estas “habilidades blandas”? ¿Si no somos tan flexibles y resilientes cómo deberíamos? ¿Qué sucede si no podemos dar nuestra “mejor versión” todo el tiempo y en todo lugar?

2.2 Talento e impostores

Como contraposición al “talento” y al “profesional”, se construye una figura que construye un efecto sujeto “alterno” y que también es opuesto a los anteriores. Siguiendo las materialidades discursivas citadas líneas arriba podemos ir descubriendo que estos sujetos “no cumplen con las tareas”, “buscan la discusión permanentemente”, “hacen el mínimo esfuerzo”. Tomando

¹³⁵ IproUP. (16 de septiembre 2019) Empresas y puestos de trabajo 4.0: estas tendencias marcarán el futuro de los empleos. *IproUp*. <https://www.iproup.com/innovacion/7468-inventos-tecnologicos-tecnologia-innovacion-social-Trabajo-tendencias-sobre-el-futuro-del-empleo>

¹³⁶ Fabeni, N (27 de julio de 2020). Amplitud mental en los negocios. *LinkedIn Pulse*. <https://www.linkedin.com/news/story/amplitud-mental-en-los-negocios-3984265/>

significantes propios de esta formación discursiva, podríamos decir que no lo entregan todo, o no dan lo suficiente en relación con la demanda de cambio permanente de la ideología neoliberal. En el capítulo anterior habíamos expuesto esa necesidad de transformar al trabajador de “mecánico” que meramente resuelve a “ferviente jardinero”.

Encontramos que en diferentes artículos web, y especialmente en publicaciones de LinkedIn, esta figura aparece bajo el significante “trabajador tóxico”. Un sujeto que, debido a que posee ciertos rasgos, las empresas no quieren y/o no deben reclutar:

*[Cómo identificar a trabajadores “tóxicos”. Estos colaboradores contaminan el clima laboral, reducen la productividad y elevan los costos. Suelen tener en común la falta de compromiso y un orden de prioridades que siempre se decanta hacia ellos mismos (...). La especialista señala también que es posible clasificar a estos trabajadores en cuatro tipos: los molestos –autoritarios, les gusta el protagonismo, baja autoestima y búsqueda de reconocimiento-, los obstrutores o expertos en crear maneras de que las tareas no avancen, los críticos que viven buscando los errores de los demás y los parasitarios que evitan trabajos complicados, son propensos al absentismo y se dedican a distraer a los demás.]*¹³⁷

Varios significantes continúan trazando el mapa de esta subjetividad: “baja autoestima” - “molestos” - “críticos”. Este arquetipo de sujeto parece carecer por completo de la “inteligencia emocional” que el mercado laboral de hoy exige.

Vemos que este sujeto se vuelve contraproducente para las empresas por su baja productividad (“son propensos al absentismo”) y su poca eficiencia (“crean maneras de que las tareas no avance”). Pero, además, son “responsables” de que el clima laboral de una empresa sea “malo”. Esta operación de responsabilización replica aquella misma que mencionamos líneas arriba y que hace responsables de sí a los trabajadores con “talento”, invirtiendo los términos de la relación.

Para este caso, la responsabilidad está dada por la posibilidad de encarnar una “influencia negativa” y extender el malestar “contaminando” a la organización y sus talentos (obstaculizando así la transformación). Aquí se asume como hecho que situaciones como el

¹³⁷Resumen diario de noticias de LinkedIn (27 de julio de 2020). Cómo identificar a un trabajador tóxico; la importancia de la amplitud mental en los negocios y otras noticias. *LinkedIn Pulse*. <https://www.linkedin.com/pulse/c%25C3%25B3mo-identificar-un-trabajador-t%25C3%25B3xico-la-importancia-tendencias/>

ausentismo o la “poca” eficiencia son generadas producto de una intención consciente del sujeto. Podríamos decir que esta operación borra el hecho de que el trabajo se trata de una relación empleado-empedor y que, por ende, en esta dinámica, ambas partes se afectan entre sí. En este sentido, podemos observar que opera un proceso de contra-identificación tal como lo piensa Pêcheux.

Como nombramos en el marco teórico, Pêcheux propone, retomando el proceso de constitución subjetiva que elabora Althusser, una modalidad del desdoblamiento sujeto/Sujeto¹³⁸ que es la contra-identificación. Como la interpelación se da en el mismo proceso de la lucha de clases, y no es anterior a la misma, esta circunstancia posibilita por sí misma rupturas, desplazamientos, que alteran la identificación sujeto/Sujeto. En este proceso ideológico, discursivamente lo que hay es una no coincidencia con las evidencias universales (o de los AIE), sino una oposición. Este aparente rechazo es en realidad una inversión, que está “hablando” en los términos de la ideología dominante y no por fuera de la misma.¹³⁹

Volviendo a nuestro corpus, observamos este proceso en la caracterización del “trabajador tóxico”, figura que aparece significada bajo una serie de sentidos que son la inversión de aquellos que se hacen presente en la construcción del “talento”. La figura del trabajador talentoso se erige en el mismo proceso que el trabajador tóxico se constituye, funcionando ambos dentro de la ideología dominante.

*[La primera implicación es que estas personas normalmente influyen negativamente en el ánimo de la organización, es decir lo que se conoce como clima organizacional. (...)Las estadísticas señalan que al menos entre el 10% y 15% de la plantilla de una empresa es gente tóxica. La toxicidad es un virus que se va contagiando dentro de una organización hasta convertirla en tóxica.]*¹⁴⁰ *[De su viaje a Stanford resaltó, que siguen siendo temas claves escoger bien a las personas que se unen a nuestra organización que son las que traerán el cambio y la transformación, y detectar los agentes de cambio encubierto que sobrellevan todos los obstáculos y sobreviven en la adversidad.]*¹⁴¹

¹³⁸ Este proceso es al que en el marco teórico nos referimos como interpelación ideológica.

¹³⁹ “(...) como si la inversión [retournement] de la contra-identificación quedara tomada en aquello a lo que se opone, y reprodujera en definitiva la misma sujeción.” (Pêcheux, 2015,p.10)

¹⁴⁰ Sosa, R. (8 de enero de 2020). ¿Cómo lidiar con gente tóxica en el trabajo?. *Forbes México*.
<https://www.forbes.com.mx/como-lidiar-con-gente-toxica-en-el-trabajo/>

¹⁴¹ Natalia Gimena de Diego (2020, 29 de julio) *En nuestro séptimo encuentro, nos visitó en nuestras oficinas Christian Bernal, invitándonos a reinventarnos, repensar nuestros espacios y cómo modelar una*

Podemos ver, entre otros ejemplos, que para la caracterización de la “toxicidad” se recurre a las “estadísticas”, o a opiniones que se sostienen en viajes a “Stanford” - como criterio de legitimidad de la formación discursiva “financiera”. A su vez, aquí “contagio”, “virus” y “toxicidad” funcionan como preconstruidos, provenientes del discurso médico. Se constituye al “trabajador tóxico” como portador de una enfermedad y, por ende, susceptible de ser aislado. Sin embargo, esta continuidad con el discurso médico no es plena ya que este suele entender al virus como un agente externo, que viene de afuera, mientras que en este caso el sujeto es responsable del virus que porta. En esta suerte de “virus neoliberal” el sujeto es tanto germen como su propio antídoto.

A su vez, ya vimos que la disponibilidad permanente era una de las características que hacen al sujeto talentoso. Pero no es solo el estar disponible, sino que también influye la cuestión de la “excelencia”. El significante que define al trabajador tóxico es “mediocridad”:

*[Impostores en la oficina: cómo descubrir profesionistas que no son(...) ¿Cómo lidiar con la falta de profesionalismo? Hay personas que no buscan la excelencia, sino que se sienten satisfechas haciendo miserables a los demás. Estas personas encajan perfectamente en el término mediocre o conformistas]*¹⁴²

Así, la mediocridad adquiere sentido con relación a la “conformidad”. En esta formación discursiva, “conformidad” es comprendida como comodidad y está a su vez se trata de resignación, desgano y apatía. Los trabajadores tóxicos no viven la vida con “pasión” como los talentosos, solo “sobreviven a la adversidad”. Son “impostores” porque no son los verdaderos profesionales. Pueden fingir que sí, pero la búsqueda de la excelencia no está presente en ellos.

*[Es en estos momentos donde se caen las máscaras y se revelan los que verdaderamente lo tienen. En el mundo laboral se es o no se es profesional; sin medias tintas]*¹⁴³

En esta línea, podemos ver cómo se va definiendo una moral binaria, como dinámica propia de la modernidad, que circunscribe lo que está bien y lo que está mal. Estos dos potenciales sujetos

[Imagen adjunta] [Publicar] LinkedIn

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6590015298034814976/>

¹⁴²Fabeni, N (25 de julio de 2020). Impostores en la oficina. *LinkedIn Pulse*.

<https://www.linkedin.com/feed/news/impostores-en-la-oficina-3980073/>

¹⁴³Colombo, D. (27 de mayo de 2020). 10 actitudes que revelan tu profesionalismo, aún en medio de una crisis. *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/10-actitudes-que-revelan-tu-profesionalismo-a%C3%BAn-en-medio-colombo>

se definen a su vez en función de una jerarquización de las subjetividades en juego. Las diferencias entre ambos son claras y también su valor (para los términos del capital).

Frente a este panorama, la resiliencia se vuelve mandato y quien no la práctica es un “perdedor”:

*[Es verdad que hay que identificar claramente el talento humano alienado a la transformación digital. Te regalo las siguientes recomendaciones usando la matriz #NineBoxes. Los que están en el extremo inferior izquierdo son los monstros, los resistentes, los camuflados, los saboteadores. Tienes 6 meses para poder hacerlos cambiar, el ratio de satisfacción es mayor al 98% sino aplicar decisiones inmediatas. Los que están en el centro son los High Potential, a los hay que ponerle foco ya que con su #expertise y conocimiento serán los próximos agentes del cambio. Los que están superior derecha son los evangelizadores, los verdaderos que están formando #tribus y están alienados a los objetivos y valores de la organización. Solo hay un 5% de estas personas.]*¹⁴⁴

Esta noción de toxicidad genera una brecha prácticamente insalvable con el trabajador armónico de la felicidad organizacional. Lo interesante es que aparentemente no habría mucho para hacer con estos sujetos ya que “están destinados a desaparecer” o volverse “obsoletos”. Como vimos, la posibilidad de conflicto sigue siendo el escenario menos deseado, por ello la solución parece estar en atraer y conservar lo que es homogéneo, aquello cuya identidad esté alineada. Tal como menciona Fisher (2016), si ser “flexible” y “espontáneo” son los rasgos del mundo laboral posfordista, “el problema es que toda oposición a la flexibilidad y la descentralización corre el riesgo de autoboicotarse, puesto que un llamado a la rigidez y la centralización no sería muy contagioso que digamos.” (p.58). En esta formación discursiva, ser “feliz” se aúna a dichos mandatos en relación al trabajo.

[David Tomas quiere asegurarse de que las personas que trabajan en Cyberclick encajen con los valores y el espíritu de la compañía (una vez comprobados sus conocimientos técnicos). Quiere minimizar el error que supondría contratar a alguien que quisiera remar en una dirección diferente al resto. (...) Cuando los valores de la persona están alineados con los de la organización es más fácil que todo fluya, que la persona esté más a gusto, más feliz. Como consecuencia, tendrá un mayor compromiso y podrá aportar más. A su vez, estará más motivada, lo que se traducirá en mayor productividad y fidelidad a la organización. Así de simple. Si además nos aseguramos de que la persona posee una excelente actitud positiva, capaz de resolver

¹⁴⁴ Claudia Cutipa (2020, 01 de julio). *Te haz preguntado ¿Cómo gestiono el Talento Digital ?Es simple, con la matriz Nine Boxes*   *Es verdad* [Publicar]. LinkedIn https://www.linkedin.com/posts/claudio-cutipa-flores_nineboxes-expertise-tribus-activity-6583171223923023872-qKuB/

problemas, crear oportunidades, y contribuir a un buen ambiente de trabajo, habremos hecho pleno (...) no solo nos aseguraremos el máximo rendimiento de los equipos, sino que estaremos contribuyendo a crear una empresa más feliz.]¹⁴⁵

Podríamos resumir en el siguiente esquema cómo opera la contra-identificación entre estas dos figuras que venimos analizando:

“Trabajador Talentoso”	“Trabajador Tóxico”
profesional ferviente jardinero inteligencia emocional resiliencia flexibilidad adaptativo positivos optimistas amables apasionados eficientes atracción por la tecnología	mecánico mínimo esfuerzo obstructor mediocre da su mínimo eleva costos baja autoestima molesto críticos conflictivos influencia negativa impostor aversión a la tecnología

Como ya mencionamos, este efecto de sujeto que denominamos “trabajador tóxico” completa y habilita la figura del “trabajador talentoso”, permitiendo su funcionamiento a partir de su expulsión. Pensándolo a partir de Žižek (1992), el rechazo de este resto sostiene la existencia - y el sentido - del otro: “la fantasía es básicamente un argumento que llena el espacio vacío de una imposibilidad fundamental” (p.172).

Esta fantasía de distinción entre ambos sujetos acolcha el deseo de identificación con el efecto sujeto que propone la ideología neoliberal: si no hay lugar para quien no sea “talento”, no queda más remedio que serlo para no devenir un sujeto “obsoleto”.

¹⁴⁵ Viñas, J (s.f.) *¿Cómo es el proceso de selección en una empresa feliz?*. Joaquín Vinas. Recuperado el 15 de mayo de 2021 de <http://joaquinvinas.com/como-es-el-proceso-de-seleccion-en-una-empresa-feliz/>

Epílogo

Conclusiones

El recorrido por el corpus confeccionado nos fue llevando a diversos hallazgos que configuraron las tesis centrales de ese trabajo. En este apartado, haremos una especie de racconto, no lineal, para retomarlas.

Partimos con la intención de identificar cuáles son los sentidos en juego en la formación discursiva de la felicidad en el trabajo. Si bien nos enfocamos en la relación entre los significantes “felicidad” y “trabajo”, nos posicionamos desde una mirada que se nutre de lo que Sara Ahmed, en su libro “La promesa de la felicidad. *Una crítica cultural al imperativo de la alegría*”, describe como “giro hacia la felicidad”. Con esto nos referimos al hecho de que la felicidad fue ganando lugar en diferentes discursos (entre ellos, la ciencia, la política, la economía, culturas terapéuticas, disciplinas de autoayuda, tradiciones orientales como el budismo, etc.):

Incluso se ha vuelto común hablar de la “industria de la felicidad”; la felicidad es algo que se produce y consume a través de estos libros, y que acumula valor como una forma de capital específica. La periodista Barbara Gunnell señala que “la búsqueda de la felicidad sin duda está enriqueciendo a muchas personas.” La industria del bienestar es próspera. (Ahmed, 2010, p.24)

Nuestra tesina está inserta en esta coyuntura que Ahmed describe muy bien como fenómeno mundial. Dicho esto, frente a nuestra pregunta por cómo opera la felicidad en el trabajo, encontramos una primera distinción: la “felicidad organizacional” es diferente a la “felicidad en el trabajo”. Entre ellas, un pendular de responsabilidades: de la empresa al sujeto del trabajo, de este a la empresa. Aun así, vimos que la figura de la “responsabilidad individual” del sujeto es uno de los componentes nodales que alimenta este discurso - individualidad que es construida como un límite sobre el cual las “buenas” acciones de la empresa, en pos de generar felicidad, pierden poder-. Pudimos ver huellas de esta formación en significantes como: “voluntad”, “autoboicotarse”, “mentalidad”, “auto control”, “compromiso”, “motivación”, entre otros.

Podemos decir que, esta noción del sujeto como único responsable de sí mismo, opera de forma sobredeterminada sobre las dos secuencias discursivas que elaboramos para este análisis - la felicidad como inversión y la felicidad como actitud resiliente-. Esta responsabilidad habilita la

categoría que denominamos como sujeto “líder de sí”, ya que le implica al sujeto un total conocimiento de sí mismo. Conocimiento que es a su vez comprendido como capacidad de control. Es este mismo voluntarismo mágico el que luego llevará a la construcción de sujetos valiosos - “talentos” - y sujetos marginados - “impostores o “tóxicos”-.

En relación a la felicidad como inversión, vimos que la “felicidad organizacional” es pensada actualmente como un paradigma. Esta caracterización le da entidad, la convierte en un asunto mundial, con el cual algo hay que hacer.

Sostenemos que este proceso se relaciona con lo que Ahmed nombra como “ciencia de la felicidad”, refiriéndose a diversas producciones, de los últimos años, que tienen a la felicidad como consenso. Similares a algunos documentos que forman parte de nuestro corpus, Ahmed comparte como dicho consenso se hace evidente en la construcción de indicadores, tales como el “Índice del planeta feliz” y otros informes que miden los estados de felicidad por país, o al interior de estos ¹⁴⁶:

Ante todo, la medición de la felicidad permite producir conocimiento acerca de la distribución de la felicidad. Este tipo de investigación ha generado bases de datos que muestran dónde se localiza la felicidad (...) La ciencia de la felicidad establece correlaciones entre los niveles de felicidad y los indicadores sociales, que dan lugar a los denominados “indicadores de felicidad”. Estos indicadores señalan que tipo de personas tienen más felicidad; funcionan no solo como mediciones, sino también como predicciones de felicidad. (Ahmed, 2010, p. 29)

Por nuestra parte, encontramos evidencias similares al revisar el índice de MideLaFelicidad y sus respectivas métricas. Que la felicidad se vuelva un objeto medible, y que existan indicadores que den cuenta de ello, actúa como preconstruido de la formación discursiva “financiera” y del principio de mercantilización neoliberal. Formación que, entretendida con la formación discursiva del “management”, sustenta el ingreso de la felicidad al discurso del trabajo. Pensar a la felicidad como una ventaja competitiva, con un retorno de inversión específico, la convierte en relevante, la vuelve un asunto corporativo de interés. Sostenemos que el pensar la felicidad como ganancia corporativa es lo que la vuelve una tendencia.

¹⁴⁶ Ahmed menciona que desde 1972, el gobierno de Bután mide la felicidad de su población a través de un indicador denominado Felicidad Bruta Interna.

Siguiendo con el análisis, veremos que nuestra primera secuencia discursiva se entrelaza con la segunda no solo en la evidencia ideológica de la responsabilidad del sujeto sobre sí, sino también en el acuerdo implícito de que la felicidad es un estado positivo. Vimos que la felicidad genera una mayor productividad - de la empresa y del sujeto - y también bienestar. Esto nos llevó a pensar qué sucede en esta formación discursiva en relación al conflicto.

En un primer momento, la felicidad aparece como garantía de una lógica de ganar-ganar entre sujeto del trabajo y empresa: posibilitadora de una suerte de armonía que borra, o al menos vela, la histórica lucha de clases - comprendida por esta tesina y su marco teórico como contradicción medular del sistema capitalista-. Aquí nos preguntamos si entonces la felicidad organizacional es construida como una solución, ya que en ella parecería radicar la fórmula que logre un equilibrio entre alta rentabilidad de la empresa y sujetos satisfechos.

Esta noción deviene en lo que denominamos como “premisa del cuidado”: para cuidar a la organización, hay que cuidar a las personas. Como vimos, aquí opera una lógica de totalización donde ambas partes se vuelven iguales. Esta referencia al cuidado la encontramos en diversos preconstruídos que remiten a la formación discursiva de la “salud”, significantes como “diagnosticar”, “nutrir”, “balance”, “estrés”, entre otros. Un cuidado que tiene como finalidad el bienestar, como ausencia de negatividad o conflicto, e instaura una búsqueda precisa respecto a “estar mejor”. Pudimos encontrar diversas referencias a la salud, las cuales decidimos distinguir en tres dimensiones: física, emocional y social. Elegimos esta clasificación dado que, analizando las materialidades del corpus, identificamos que la promesa de la felicidad implicaba la armonía en todas estas: desde la promoción de yoga y pausas activas, pasando por energía mental positiva, hasta la creación de relaciones auténticas y empáticas.

Propusimos que la premisa del cuidado da lugar a cierto proceso de humanización respecto al trabajo. Este proceso incluye, por ejemplo, los cambios de los últimos años respecto a la terminología y al uso de nuevos conceptos en la jerga corporativa, tal como hablar de trabajadores como “capital humano” o el concepto mismo de “experiencia del empleado”. Factores que alimentan la idea de supuesta igualdad entre la empresa y el sujeto. Casualidad, o causalidad, a modo de una suerte de lapsus pecheuxiana, las referencias al significante “trabajador” son escasas en esta formación discursiva. A su vez, encontramos rasgos de este proceso cuando, en el capítulo II, analizamos la nueva temporalidad que contiene esta formación discursiva y el significante “talento”.

Con nueva temporalidad, nos referimos a la operación ideológica que construye un marco perfecto para justificar las verdades que esta formación discursiva compone. Frente a un contexto volátil, incierto, complejo y ambiguo - característica que son dadas fundamentalmente por los constantes avances tecnológicos de esta coyuntura - lo propiamente humano parece recuperar valor. Ya lo indica Great Place to Work, institución por excelencia¹⁴⁷ que se ocupa de “diagnosticar” los mejores lugares para trabajar:

[¿Cuál es el futuro del trabajo? Muchos dicen que el mundo del trabajo está en el mundo digital (...) Otros dicen que el futuro del trabajo tiene que ver con el lugar donde trabajamos y las nuevas formas de trabajo híbrido. Sin embargo, (...) el futuro del trabajo son las personas (...) Cada persona es una pieza fundamental para esta transformación. (...) Donde el éxito no es la clave de la felicidad. Sino que la felicidad es la clave del éxito. (...) Un futuro donde las organizaciones maximizan el potencial humano de sus talentos (...)]¹⁴⁸

El futuro del trabajo son las personas. Esta afirmación conlleva al supuesto de que ser un talento - como figura valorada - requiere ciertas cualidades donde se contemple al otro. Así es como la amabilidad y la empatía, se erigen como señales de ello y se vuelven expectativas ocultas hacia el sujeto. Es interesante que, en esta misma formación, también convive la categoría de “trabajador tóxico”, quien queda excluido de la categoría de “persona”. Un sujeto opuesto al talento - insalubre y no deseado - que molesta, que es un riesgo el cual debe ser descartado antes que pueda contaminar el entorno laboral. Esta figura se sostiene a partir de la evidencia de que “no poder” es en realidad, “no querer”.

Antes de continuar, una breve aclaración. Mientras escribíamos esta investigación, la noción de V.U.C.A fue reemplazada por un nuevo concepto cuyas siglas en inglés son B.A.N. ¹⁴⁹. Este concepto, que adquirió fuerza a partir de la pandemia mundial por COVID-19, refiere a un entorno frágil, ansioso, no lineal e incomprensible. Si bien esta temporalidad se erige como

¹⁴⁷ Decimos por excelencia ya que actualmente Great Place to Work se erige como un organismo reconocido a nivel mundial, el cual se ocupa de brindar una certificación a otras empresas u organizaciones en relación a la satisfacción de sus trabajadores. Esta certificación se otorga a través de la medición de diferentes variables pre-construidas que se traducen en forma de cuestionario. Decimos reconocido ya que son las mismas empresas u organizaciones las que, con orgullo, indican su puesto en el ranking de esta consultora.

¹⁴⁸ GreatPlaceToWorkARG. (17 de marzo de 2023). Los Mejores Lugares para Trabajar 2023 por Great Place to Work Argentina [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=hYzDbkh35Fw>

¹⁴⁹ Bello, E (17 de julio 2023). ¿Qué es BANI? la nueva manera de concebir el entorno en el que vivimos. *iebschool*. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-entorno-bani-management/>

diferente de V.U.C.A, si analizamos su descripción encontramos no sólo similitudes en sus características- como la referencia al caos, crisis e incertidumbre - sino que esta afinidad se observa en que se continúan apreciando determinados rasgos del sujeto por sobre otros: *[El desafío es aprender a iterar rápidamente, ser capaz de cambiar en movimiento (...) El riesgo está en normalizar el malestar y hacerlo parte de la cultura de la organización (...) El desafío es priorizar con flexibilidad, planificar con foco en la adaptación y el ajuste constante, integrando aprendizajes rápidamente.]*¹⁵⁰

Retomando, nos parece interesante pensar este proceso de humanización “selectiva” a la luz de lo que Mark Fisher (2016) desarrolla en *Realismo capitalista*. Retomando los aportes de Marazzi y Sennett, señala que parte de los cambios que vemos en la época actual, con relación a la estabilidad laboral, fueron producto del deseo de los trabajadores de no querer pertenecer toda la vida a un mismo rol o una misma empresa. Desde nuestro marco, podemos pensar esto como una contra-identificación, comprendida desde Pêcheux. Es decir, que estas demandas fueron recuperadas y re-elaboradas dentro de la ideología neoliberal a partir de ciertos mandatos, como fueron el imperativo de la creatividad, la innovación y la flexibilidad. Por nuestra parte, nos interrogamos si esta recuperación del valor de lo “humano”, no surge como contra-identificación a cierto deseo de reposición del lazo social, frente a la primacía de la individualidad propia del capitalismo.

Sin embargo, decimos selectiva ya que esta es una humanidad que jerarquiza ciertas experiencias y deja otras en sombra, negadas, “destinadas a desaparecer”. Retomamos aquí la reflexión de Žižek (2008) sobre la alteridad en la formación ideológica neoliberal. En su libro *Sobre la violencia*, sostiene que la tolerancia con el otro se funda en una política del miedo: “el «otro» está bien, pero sólo mientras su presencia no sea invasiva, mientras ese otro no sea realmente «otro».” (p.57). Si bien Žižek describe este miedo en relación a un temor del sujeto a ser acosado, creemos que esta descripción hace sentido con la figura del “trabajador tóxico” y su correspondiente marginación de la felicidad.

Pensamos que esta expulsión de lo que se describe como tóxico, podría continuar profundizándose mediante otra línea de investigación que aquí no abordamos por una cuestión de tiempo, disponibilidad y encuadre de la tesina. Nos referimos a la pregunta por las “heridas

¹⁵⁰ The Change Lab LATAM (1 de febrero de 2022). De VUCA a BANI: el nuevo entorno global que está desafiando a tu organización. *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/de-vuca-bani-el-nuevo-entorno-global-que-est%C3%A1-desafiando->

psíquicas” (Fisher, 2016) que conlleva esta clausura: ¿cuál es el “destino” de estos sujetos “diferentes”? Al carecer de “reputación”, o esta no ser suficiente, son subjetividades que quedan relegadas de la lógica del mercado laboral. Vemos que los lugares y las posibilidades que se le habilitan quedan atados al sufrimiento o al descontento. Parecería ser que su rango de opciones está entre la patologización o la mediocridad. Tal como observa Fisher,

Con sus continuos ciclos de auge y depresión, el capitalismo es un sistema fundamental e irreductiblemente bipolar, que oscila de modo salvaje entre la manía optimista en la exuberancia irracional de las "burbujas" y el bajón depresivo (que hablemos tanto de "depresión económica", desde luego, no es una casualidad.) En un grado nunca visto en ningún otro sistema social, el capitalismo se alimenta del estado de ánimo de los individuos, al mismo tiempo que los reproduce. (Fisher, 2016, p.66)

Dicha exclusión encuentra su máxima expresión en la operación que iguala la profesionalidad con el talento. Como mencionamos en nuestro análisis, ambos significantes operan como sinónimos. Ser profesional incluye esta humanización que venimos nombrando, así como una lógica de superación personal permanente. La búsqueda de “estar mejor”, que surge en relación al bienestar, aquí es recuperada desde un mandato de transformación hacia la excelencia, hacia la genialidad. El vínculo simbólico entre felicidad y cambio es un eje crucial de esta formación discursiva.

Aquí se pone a jugar la resiliencia, como signifiante que expresa y contiene esta idea de adaptabilidad constante. En el marco de la felicidad organizacional, la competencia con otros - rasgo propio del principio de individualidad - es reemplazada por la competencia del sujeto consigo mismo en pos de adaptarse y evolucionar. Esta adaptabilidad no es de cualquier manera, sino que debe ser de una forma feliz - debe implicar una sonrisa en el proceso-. En esta coyuntura, la felicidad se vuelve un trabajo más. El sujeto del trabajo no solo debe transformarse 24/7, sino que también debe hacerlo con agrado y entusiasmo. El optimismo es parte de este imperativo de transformación. Buscar la felicidad - a través de la flexibilidad y el auto-liderazgo - es garantía de éxito y el medio para alcanzar lo extraordinario. Salir de la norma se vuelve una promesa de dicha y plenitud en este marco ideológico.

A partir de estos rasgos, se construye a su vez una demanda hacia el sujeto por “darlo todo”. La potencia de este mandato radica en la premisa implícita de que está vivo quien puede reinventarse. Si la condición de vida está dada por la capacidad - como actitud - y la consecuente

puesta en acto de ser una “mejor versión”, podríamos decir que el sujeto de esta coyuntura tiene pocas alternativas frente a esta demanda.

*[VIVES EN UN ENTORNO V.U.C.A. Qué el entorno en el que vivimos los humanos ha cambiado, es un hecho indiscutible, seamos conscientes o no, nos neguemos a aceptarlo, o nos resistamos a adaptarnos. Cuanto antes lo aceptes, antes dejarás de sufrir.]*¹⁵¹

Recuperando el pensamiento de Žižek (1992), nos preguntamos si esta exigencia de auto-administración y renovación continua - en pos de alcanzar la excelencia - opera como síntoma que encubre una contradicción constitutiva de lo Real: el control sobre sí como única respuesta posible a las crisis sociales, políticas y económicas propias del modelo capitalista, las cuales son naturalizadas como moneda corriente. Frente al riesgo de crisis inminente, todo es urgente. En un presente perpetuo, que requiere salir de la zona de confort constantemente, la intensificación de la responsabilidad individual se vuelve la modalización por excelencia.

Por último, no parece posible pensar la responsabilidad individual por fuera de la meritocracia. Como respuesta ideológica frente a la inestabilidad del mercado laboral y el deterioro de las relaciones de trabajo, la meritocracia deviene la excusa ideológica perfecta para disolver las tensiones del modelo capitalista en torno al trabajo y desplazar la cuestión a la autonomía y libertad de elección del sujeto. El neoliberalismo requiere que los sujetos devengan “agentes de su propia subsistencia” (Laval y Dardot, 2010, p.353).

De esta manera, este análisis nos lleva a pensar que el imperativo de ser feliz en el trabajo es la fantasía ideológica que le permite al neosujeto creer que las condiciones de explotación constitutivas de un sistema capitalista - apropiación de la plusvalía de la clase dominada por la clase dominante - han llegado a su fin.

A modo de cierre

Aún posicionándonos desde el materialismo histórico, con una perspectiva que reconoce la función práctico social de la ideología. Aun registrando que esta se imprime sobre lo Real, anudando ciertos sentidos y borrando otros; configurando determinadas verdades y en esa misma construcción, quitándole posibilidad a otras. Aun así, creemos que la felicidad sigue siendo un interrogante, una pregunta que aparece, que moviliza y genera acto. Asociada a una

¹⁵¹ Caldas, A. (15 de febrero de 2021). VIVES EN UN ENTORNO V.U.C.A.. *Aqaldas*.
<https://aqaldas.com/vives-en-un-entorno-v-u-c-a/>

cadena significativa que muchas veces cuesta poner en jaque, que es difícil de des-naturalizar porque promete.

Hacemos esta breve reflexión como pequeña muestra personal de las profundas raíces que tiene la felicidad en el marco de la ideología neoliberal. Somos sujetos de esta coyuntura. No hemos vivido en otra y como tal, aprendimos a desear la felicidad, a comprenderla como “aspiración universal del ser humano”. La felicidad como significativa que se nos cuele en los deseos, los diálogos, la imaginación, en el sentir, en la subjetividad.

El lugar en el que hallamos la felicidad nos permite descubrir no solo donde está el valor sino también qué consideramos valioso. (...) En la medida en que se la supone un bien evidente en sí mismo, se convierte a su vez en evidencia del bien. (Ahmed, 2010, p.39)

La equivalencia de la felicidad como un capital es lo que permite convertirla en sinónimo de éxito y plenitud. Ahmed señala que la felicidad como objeto de estudio no es algo nuevo en sí (y trae a mención algunas tradiciones anteriores como el utilitarismo inglés). Sin embargo, la novedad de esta coyuntura radicaría en el consenso actual respecto a la felicidad como bienestar. La “industria del bienestar” se sostiene en que estar bien es lo que está bien. Cuestionar esta especie de garantía que brinda la felicidad, se vuelve también dudar de todas las formaciones discursivas que de ella se nutren. Hoy por hoy, la felicidad funciona como contenedor que sostiene numerosos discursos, prácticas sociales y modos de ser subjetivos. Entre ellos, los discursos que refieren al trabajo y a la profesión.

En nuestro análisis, intentamos indagar de forma en este consenso feliz y cómo funciona su eficacia y distribución en relación con el trabajo: cómo son los lugares donde se sitúa, qué prácticas organiza, y qué tipo de efectos de sujeto produce fueron algunas de nuestras preguntas. Esperamos que esta investigación, y sus respectivas conclusiones, realicen un aporte crítico - o al menos un movimiento - que contribuya a continuar abriendo la reflexión en relación a los procesos de comunicación y de significación social. Aun sabiendo que la pregunta por lo dado es un proceso inacabado y en el fondo, una forma humilde de posicionarnos, al reconocernos parte de un entramado ideológico específico que está impreso en nuestro vínculo con lo Real.

Bibliografía

- AHMED, SARA. *“La promesa de la felicidad. Una crítica cultural al imperativo de la alegría”*. Buenos Aires. Caja Negra, 2019.
- AGUILAR, P.; GLOZMAN, M.; GRONDONA, A.; HAIDAR, V. “¿Qué es un corpus?”. En: *Entramados y perspectivas. Revista de la Carrera de Sociología*, vol 4, núm 4, 2013-2014.
- ALTHUSSER, L., "Marxismo y Humanismo". En: *La revolución teórica de Marx*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1965
- ALTHUSSER, L., “Contradicción y sobredeterminación”. En: *La revolución teórica de Marx*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1967.
- ALTHUSSER, L., “Ideología y aparatos ideológicos de Estado”. *Freud y Lacan*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1970.
- ALTHUSSER, L., “Iniciación a la filosofía para los no filósofos”. Paidós, Buenos Aires. 2015.
- BALIBAR, E. “Neoliberalismo y desdemocratización”. En: *Ciudadanía*, Adriana Hidalgo, Buenos Aires, 2013.
- CALETTI, S. “Decir, autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación”. En: *Revista Versión*, Núm. 17, UAM-X, 2006.
- DAVIES, W. “Neoliberalismo 3.0. El nuevo neoliberalismo.” En *New Left Review* 101, nov.-dic, 2016.
- FISHER, M. “Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?”. Buenos Aires, Caja Negra Editora, 2016.
- FOUCAULT, M. “Introducción”; cap. 1. Las regularidades discursivas: “1.Las unidades del discurso”; 2. “Las formaciones discursivas”; 3. “La formación de los objetos”; 4.“Las modalidades enunciativas” y cap. III: 1.“Arqueología e historia de las ideas”. En: *La arqueología del saber*, Siglo XXI, México, 1970.
- HARVEY, D. “Breve historia del Neoliberalismo”. Akal, Madrid, 2010.
- LACAN, J., “El estadio del espejo como formador de la función del yo [je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica”. En: *Escritos II*, Siglo XXI, México, 1975.
- LAVAL, C. y DARDOT, P. “La fábrica del sujeto neoliberal”. En: *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona, Gedisa, 2010.
- MANOVICH, LEV. “El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital.” Buenos Aires, Paidós, 2016.

- Marx, K (1859). Prólogo a la Contribución a la Crítica de la Economía Política. Marxists Internet Archive [on line]. Disponible en: <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1850s/criteconpol.htm>
- MURILLO, S. "El Estado, los organismos internacionales y la nueva cuestión social" y "El consenso" por apatía. El núcleo del terror." En: Colonizar el dolor. La interpelación ideológica del Banco Mundial en América Latina, el caso argentino desde Blumberg a Cromañon. Buenos Aires, CLACSO, 2008.
- MURILLO, S. "La nueva cuestión social y el arte neoliberal de gobierno". En: Revista Cátedra Paralela, Núm. 8, 2011.
- PÊCHEUX, M. "El mecanismo de reconocimiento ideológico." En Žižek, S. (comp.), 2003.
- PÊCHEUX, M., "Osar pensar es osar rebelarse. Ideologías, marxismo, lucha de clases". En: Décalages. An Althusser Studies Journal. Occidental College, Los Ángeles (USA). Número especial dedicado a Michel Pêcheux. ISSN: 1948-5840. <http://scholar.oxy.edu/decalages/>
- PÊCHEUX, M. Cap. III "Discurso e ideología(s)" En: Las verdades evidentes. Lingüística, semántica, filosofía. Ediciones del CCC, Buenos Aires, 2016.
- ROMÉ, N. "La ciencia como ciencia de la ideología". En: La posición materialista. El pensamiento de Louis Althusser entre la práctica teórica y la práctica política. EDULP, La Plata, 2014.
- ROMÉ, N y HERNÁNDEZ, S. "Sobredeterminación, discurso y sujeto político. Aportes teóricos en comunicación." Debates y Combates, 2015.
- VAN DIJCK, J. "La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales.". Siglo Veintiuno Editores, 2016.
- ŽIŽEK, S., "Che vuoi?". En: El sublime objeto de la ideología, Siglo XXI, México, 1992.

Tesinas de Ciencias de la Comunicación

- BALZI, L. y PAULETTI, G. "Nuevas formas de disciplinamiento y control en la empresa moderna." Tutor: Ricardo Aronskind Cotutor: Christian Ferrer. 2014.
- CATELLANI, Y.. "Subjetividad y trabajo en el semiocapitalismo. Aportes desde una mirada local." Tutora: Cristina Miciel. 2016.
- GARONE, A. "La interpelación ideológica en el discurso Kirchnerista: empoderados y consumidores". Tutora: Natalia Romé. 2018.

- MUZZALUPO, FEDERICO. "Facebook, el mundo feliz de la posmodernidad. Reflexiones sobre la construcción de la/s subjetividad/es en tiempos virtuales." Tutora: Mariela Genovesi. 2019
- RE, C. "El lugar del sujeto". Tutor: Sergio Caletti. 2012
- RODRÍGUEZ, M. "El intermediario cultural. Personalidad y profesión del nuevo trabajador". Tutora: María Cecilia Arizaga. 2004.

Anexo documental

Imagen #1:¹⁵²



¹⁵² Mide La Felicidad (s.f.). *Descubre Los Indicadores De Bienestar, Felicidad Y Cultura Organizacional*. [Imagen] <https://www.midela Felicidad.com/felicidad-en-el-trabajo-medicion/>

Imagen #2:¹⁵³



¹⁵³ The Change Lab LATAM (1 de febrero de 2022). De VUCA a BANI: el nuevo entorno global que está desafiando a tu organización. *LinkedIn Pulse*. <https://es.linkedin.com/pulse/de-vuca-bani-el-nuevo-entorno-global-que-est%C3%A1-desafiando->