

MESA 13

El proceso de managerialización de la sociedad

EQUIPO CONVOCANTE

Dr Diego Szlechter

Universidad Nacional de General Sarmiento – Conicet / Argentina
diego_szlechter@yahoo.com.ar

Dra. Marcela Zangaro

Universidad Nacional de General Sarmiento / Argentina
mzangaro@yahoo.com.ar

Dra. Florencia Luci

Instituto de Investigaciones Gino Germani – Conicet / Argentina
florluci@gmail.com

ARGUMENTO

La sociología del management no ha tenido un amplio desarrollo en las ciencias sociales latinoamericanas. A diferencia de países como Francia o Estados Unidos, donde estos temas constituyen un sólido campo académico, en nuestra región se trata de un espacio en plena formación: en los últimos años, quizás como consecuencia de los procesos de reestructuración y modernización empresarial acaecidos durante los gobiernos neoliberales, algunos investigadores comenzaron a preguntarse por la cuestión laboral y profesional en la cúspide de las grandes empresas, por los actores que buscan alcanzarla y por los referentes discursivos que se despliegan. El auge de nuevas técnicas de gestión, la expansión de industrias ligadas al saber managerial, la profesionalización de la tarea directiva, el discurso de la gestión, entre otras cuestiones, comenzaron a ser objeto de estudio.

Esta mesa temática busca generar un espacio de reflexión y discusión de investigaciones producidas en el contexto latinoamericano sobre estos objetos mencionados. El 5to Congreso internacional de la Red Pilares constituye una instancia propicia para pensar las influencias y las formas de traducción de la gestión managerial, originaria del ámbito empresarial, hacia otras áreas de la vida social. En las últimas décadas es posible constatar que los discursos y dispositivos de gestión se han trasladado a ámbitos ajenos a la actividad empresarial. Algunos ejemplos bastan para constatarlo. En principio, con la difusión del llamado *New Public Management*, escuelas, hospitales, agencias de gobierno -tradicionalmente regidas según criterios “no económicos”- comenzaron a manejarse bajo las pautas de planificación, evaluación y eficiencia que propone la gestión managerial. Por su parte, un número creciente de publicaciones para el público

general recuperan el vocabulario y los principios más estructurales del management para ofrecer guías para llevar adelante una gestión exitosa de la vida privada. En definitiva, se observa que en las últimas décadas se configuró en torno del management una verdadera industria: instituciones educativas y formaciones en negocios, empresas de consultoría, producciones editoriales como libros y revistas, congresos y eventos y asociaciones profesionales son tan sólo algunos ejemplos que muestran una extensión de los límites de la legitimidad de los discursos y las prácticas de gestión hacia otras esferas ajenas al mundo empresario.

Ahora bien, este proceso no puede ser leído como una tendencia global homogénea ni uniforme, esto es, que impacta de igual manera en todos los ámbitos sociales y en los diferentes países y tampoco puede entenderse como un proceso o resultado necesario de la sociedad actual. Sin embargo, la relevancia de la gestión managerial es hoy, en el contexto regional, aún más amplia habida cuenta de la explícita referencia y centralidad que los funcionarios de algunos gobiernos latinoamericanos le asignan. En efecto, no solo muchos de los principales responsables de las más altas funciones de gobierno provienen de la gestión empresarial (lo que en la Argentina ha suscitado el apelativo de “ceocracia” para definir al actual equipo de gobierno) sino que los referentes discursivos y las apelaciones morales (al bien común, por ejemplo) se inscriben en esa gramática. A su vez, el giro conservador que parecen estar tomando algunos países de la región nos exhorta a reflexionar sobre las afinidades electivas entre los fundamentos de la gestión managerial y nuevas formas de legitimar procesos políticos que vuelven sobre los postulados neoliberales.

En este sentido, una sociología del management fructífera en la región sería aquella que nos permita reflexionar sobre el management como una construcción que va mucho más allá de los dispositivos de gestión y conducción empresarial. Ese es uno de los objetivos de esta mesa temática, que se propone contextualizar y territorializar los modelos manageriales con pretensión hegemónica y abordarlos desde un punto de vista crítico, intentando acercar respuestas a las siguientes preguntas generales: ¿En qué medida y de qué maneras los principios del management están presentes fuera del ámbito empresarial? ¿Cuáles son los ámbitos privilegiados de difusión de los discursos y modos de gestión manageriales? ¿Qué dispositivos movilizan? ¿Cuáles parecen ser sus objetivos? ¿Cuáles son las consecuencias de su difusión para las empresas y para los individuos?

Dentro de este marco, invitamos a la presentación de trabajos que giren en torno de los siguientes ejes:

- Incorporación de prácticas manageriales en entornos organizacionales de orígenes ajenos al ámbito empresarial (ONGs, escuelas, hospitales, clubes, cooperativas, organismos públicos, etc.).
- Difusión del ethos social meritocrático.
- Emprendedorismo como práctica social.
- Espiritualidad y management.

- Gestión de las emociones y la felicidad en el trabajo.
- Procesos de elitización social.
- Industria del saber managerial (consultoras, escuelas de negocios, publicaciones, etc.).
- Formas de consentimiento y prácticas resistentes en el ámbito corporativo.
- Modos de subjetivación en los procesos de selección de personal de mando y en las evaluaciones de desempeño.