

Representaciones de la meritocracia en la prensa escrita argentina a partir de la asunción de Macri

Representations of meritocracy in the written Argentine press since the landing of Macri to power

Diego Szlechter*, Juan David Vanegas, Adrián Tijonchuk

Instituto de Industria, Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires, Argentina

*diego_szlechter@yahoo.com.ar

Recibido: 30-abril-2018

Aceptado: 6-noviembre-2018

RESUMEN

Este trabajo indaga en torno a las representaciones de la meritocracia en los principales diarios del país a partir del ascenso de Macri al poder en Argentina en 2015. La novedad del fenómeno del ascenso al poder de un partido cuyos funcionarios habían sido en su mayoría directivos de grandes empresas nos lleva a indagar el trasvasamiento de cosmovisiones del mundo corporativo hacia la esfera pública, en este caso de la meritocracia. A partir de una metodología hermenéutica interpretativa de análisis hemerográfico de los periódicos de mayor circulación y la problematización de sus resultados con los aportes de la sociología del management, nos permite señalar que este fenómeno, tiene raíces profundas que evocan la narrativa del inmigrante que, a través del esfuerzo personal, es capaz de forjar su propio destino. Las conclusiones del análisis sugieren que la profusión de referencias vinculadas a la meritocracia tiene relación con una ampliación del ámbito de incumbencia de dicho concepto a la esfera pública, fenómeno que en el que los medios masivos de comunicación han tenido una gran responsabilidad como divulgadores de esta cosmovisión

Palabras claves: meritocracia; procesos de elitización; medios masivos de comunicación; sociología del management

ABSTRACT

This paper aims to investigate the representations of meritocracy in Argentina's main newspapers since the landing of Macri to power in 2015. The novelty of the rise to power of a political party whose officials had been mostly managers of large companies leads us to investigate around the transfer of world views of the corporate world to the public sphere, as in the case of meritocracy. Based on a hermeneutic interpretation methodology of hemerographic analysis of the most widely circulated newspapers and the problematization of their results with the contributions of sociology of management, it allows us to point out that this phenomenon has deep roots that evoke the narrative of the immigrant who, through its own endeavour, can forge his own destiny. The conclusions of the analysis suggest that the profusion of references linked to meritocracy is related to an extension of the scope of this concept to the public sphere, a phenomenon that the mass media has had a great responsibility as disseminators of this worldview.

Keywords: elitization processes; mass media; meritocracy; sociology of management

Financiamiento: CONICET; Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires, Argentina

Cómo citar este artículo: Szlechter, D., Vanegas, J. D., & Tijonchuk, A. (2018). Representación del mérito en la prensa escrita argentina a partir de la asunción de Macri. *Psicoperspectivas*, 17(3), 1-12. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol17-issue3-fulltext-1359>



Publicado bajo licencia [Creative Commons Attribution International 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

La asunción de Macri a la presidencia de la Argentina da cuenta que, por primera vez, las elites económicas no hacen lobby para defender sus intereses desde afuera de la política, sino que van a participar como funcionarios de la administración del Estado. El PRO, partido político cuyos principales cuadros han sido CEO's de grandes firmas, ganó las elecciones de manera democrática. Es así que por primera vez se presenta la posibilidad de trasladar pautas de gestión del ámbito privado a la gestión de la cosa pública. Los medios masivos de comunicación se han hecho eco de esta novedad, resaltando la oportunidad que se abre para gestionar el Estado de una manera diferente. En este sentido, los medios cumplen un rol central en la representación/construcción de realidad con la intención de hacer saber (informar) y hacer sentir (captar), respondiendo esta finalidad a referencias simbólicas (Charaudeau, 2003). En la producción periodística –nos referimos a artículos de prensa gráfica no investigativa–, existe un contrato mediático en la que se plantean situaciones comunicativas. Estas situaciones comunicativas exceden el espacio que se le otorga a la noticia o al artículo periodístico, estableciendo un intercambio social que genera un valor simbólico específico entre el medio y un *blanco intelectual* para quien se produce. El *blanco intelectual* es un destinatario que se supone “pensante” y al que la información recibida de parte del medio de comunicación le resulta de interés y útil para reorientar las propias conductas. Del mismo modo, el interés de este destinatario en utilizar la información reside en ocupar posiciones sociales o construir vínculos en los que se ponen en juego relaciones de poder (Charaudeau, 2003, pp. 104-106).

La figura del emprendedor es problematizada por la sociología desde diferentes perspectivas, ya sea a partir de la inmersión del sujeto en el contexto de modernidad occidental (Pfeilstetter, 2011), en términos de individualización y riesgo (Beck, 1986), de diferenciación funcional (Luhman 1987), y como producto de la imposición neoliberal (Bourdieu 1991).

La prensa escrita de los principales diarios del país comenzó a mostrar una profusión de notas y editoriales augurando una nueva manera de hacer política según pautas de gestión propias de las grandes firmas. Uno de los conceptos clave que emergieron en los debates periodísticos es el de la meritocracia, una forma específica de jerarquización social que ensalza la figura del emprendedor (Bröckling, 2015) y el self made man. El “self made man”, literalmente “el hombre que se hace a sí mismo, constituye una alegoría del sueño americano. El origen del término se adjudica a Frederic Douglas en su discurso Self made man y la autobiografía de Benjamín Franklin, de Baym (2003). También se puede rastrear el origen del término en las tesis del individualismo posesivo

escritas por Mcpherson (2005). Este tipo de actor responde a principios de ordenamiento social en el que se hace responsable de sus destinos profesionales (tanto en sus éxitos como en sus fracasos). Por su parte, las Ciencias Sociales han mostrado en los últimos años un creciente interés por la cuestión de la meritocracia.

El estudio cruzado de la sociología económica, del trabajo y de la cultura, dan cuenta de un esfuerzo por encontrar marcos explicativos a la persistencia del privilegio en nuestras sociedades y a la construcción de un sentido de bases meritocráticas en la sociedad (Szlechter, 2015). Han sido diversas las líneas de investigación empírica, así como numerosas las interpretaciones teóricas que surgieron en las últimas décadas que abordaron la cuestión de la meritocracia. Este trabajo de carácter exploratorio, se enmarca en las discusiones recientes del corpus teórico de la Sociología del management (Szlechter, & Luci, 2014), en la que los mandos medios y altos de las grandes empresas se erigen como principales objetos de estudio y voceros de las pautas de trabajo del mundo corporativo, al tiempo que constituyen la audiencia principal de los medios gráficos y digitales vinculados al mundo de los negocios. También se retoman discusiones de autores como Vommaro y Morresi (2015) cuyos trabajos sobre el PRO (partido político fundado por el presidente Macri) se proponen dilucidar una cosmovisión enmarcada en lo que denominan *ethos empresarial* que se instituye con la asunción de Macri al poder. Por otro lado, nutriremos los debates a partir de las discusiones del ámbito académico norteamericano con las contribuciones de Rivera (2015) y Hayes (2012) sobre los procesos de elitización social.

Como se mencionó anteriormente, la asunción de Macri al poder constituye el emergente de un momento histórico particular en el que ciertas pautas de relación del mundo corporativo han logrado diseminarse en el resto de la sociedad. La prensa escrita, especialmente los suplementos de economía y negocios, se han hecho eco de esta novedad a través de la profusión de notas periodísticas de análisis coyuntural en clave managerial con un particular foco en la necesidad de imponer la meritocracia como grilla de inteligibilidad de las relaciones sociales. En este marco, el principal interrogante a abordar se resume en la siguiente pregunta: ¿cómo abordan los medios de comunicación la cuestión de la meritocracia como principio ordenador de justicia dentro y fuera del ámbito laboral en nuestro país? A su vez, con el fin de problematizar la meritocracia en un marco más amplio, nos plantearémos ¿qué nos puede aportar la literatura sobre sociología del management para comprender un fenómeno que no sólo ha trascendido las fronteras organizacionales, sino que ha devenido parte del sentido común en nuestro país?

El propósito de este artículo es contrastar la manera en que

se aborda la cuestión de la meritocracia en artículos periodísticos de suplementos de economía y negocios de los periódicos de mayor circulación de la Argentina que aparecieron a partir de la asunción de Macri al poder, con la literatura sociológica en torno a este concepto. Sin pretender agotar todas las respuestas posibles, se proponen reflexiones teóricas fundadas en un proyecto de investigación, aún en curso, en el que estudiamos las consecuencias del proceso de estrechamiento de la brecha salarial entre los/las trabajadores/as sindicalizados/as y aquellos/as que se encuentran fuera de los convenios colectivos de trabajo, como el caso de los/las managers, en el periodo kirchnerista (2003-2015). El malestar que se origina ante dicha problemática ha producido un cuestionamiento de la meritocracia como marco interpretativo que le brindaba legitimidad a las posiciones de los/las agentes en la estructura organizacional de las firmas.

La construcción teórica del sentido común meritocrático

La tradición sociológica propone dos marcos explicativos de la meritocracia: las teorías funcionalistas proponen un sistema meritocrático en el cual los individuos progresan en base a sus talentos y habilidades individuales que, sumados al trabajo duro, son variables determinantes centrales de la desigualdad (Becker, 1983). Por otro lado, las teorías basadas en el conflicto, suponen un sistema hereditario en el cual las oportunidades de vida de los individuos están ampliamente determinadas por sus puntos de partida en el seno de una estructura de desigualdad existente. Su eje está puesto en factores no meritocráticos como la herencia, la discriminación y las variaciones en las oportunidades como determinantes centrales de la desigualdad (Mc Namee, & Miller, 2009). Estas dos líneas de pensamiento han marcado ampliamente el devenir de las múltiples interpretaciones sobre el mérito en la actualidad.

Por su parte, Castillo (2018) propone un marco no sólo conceptual, sino que incluye referencias empíricas para el estudio de la meritocracia. En primer lugar, es consciente de la dificultad de encontrar una definición precisa del término, por eso retoma la que brinda Young en su libro *"The rise of meritocracy"* en el cual se define al mérito en una simple fórmula donde inteligencia/talento más esfuerzo es igual a mérito (Young, 1958). Sin embargo, el principal aporte del trabajo de Castillo, es la forma en que convierte al concepto de meritocracia en una categoría operativa para el análisis de las ciencias sociales. El autor reconoce tres tipos de perspectivas desde las cuales es posible operativizar el concepto de meritocracia: la primera de ellas, de carácter normativo, se abreva en la filosofía política; la segunda, de corte descriptivo, es afín a la sociología de la desigualdad y de la estratificación social. El autor prefiere ubicarse en una

tercera perspectiva, a partir de la cual retoma el concepto de meritocracia a través de una mirada subjetiva donde los sujetos perciben y evalúan el mérito en su observación cotidiana de la justicia social en relación con sus expectativas y preferencias: lo que debería ser y lo que es (Castillo, Torres, Atria, & Maldonado, 2018).

Otros autores avalan la tesis según la cual el mérito ha devenido parte constitutiva de los marcos interpretativos de la realidad social. Michelle Lamont considera que el mérito constituye una construcción social en la que aquellos actores que controlan el acceso a oportunidades y recompensas valoradas, definen y evalúan las formas más y menos legítimas del mérito. Es por eso que la percepción del mérito está condicionada por el valor relativo de los diferentes grupos sociales, creando verdaderas fronteras simbólicas entre los miembros de las clases sociales (Lamont, citado por Rivera, 2015). Esta construcción social se encuentra enraizada en creencias culturales o formas de sentido común que definen el valor de alguien en un momento y lugar determinado. En efecto, la definición del mérito en un momento y espacio determinados refleja los valores y cualidades de las elites, que a su vez logran imponerlo en forma de sentido común.

La función ideológica del sentido común consiste en transformar la herencia en privilegio social (Bourdieu, & Passeron, 2009) pero por vías más discretas y secretas. Las clases altas tienen su propia manera de naturalizar la estratificación social. Al explicar los mecanismos de legitimación de la asimetría social, Bourdieu y Eagleton (en Zizek, 2003) sostienen que cuanto más uno/a se desplaza en la pirámide social, más se cree en los talentos, dones y capacidades naturales para explicar los factores de éxito escolares. Sin embargo, sostenemos que la percepción de los talentos naturales está diseminada a lo largo de todos los estratos sociales, unos/as para justificar su lugar privilegiado, otros/otras para aceptar su posición social desfavorecida (Bourdieu, & Passeron, 2009).

Dentro de la literatura sobre sociología del management argentina, los autores Battistini y Szlechter (2016) avalan la tesis que sostiene que, si bien la meritocracia nació dentro de la esfera económica y laboral, ésta ha logrado trascender el universo vinculado al mercado, llegando a ser percibida como una forma de concebir la justicia dentro de una sociedad. Sin embargo, el trabajo sigue constituyendo el clivaje central a partir del cual los principios subyacentes a la cuestión del mérito desbordan la esfera empresarial.

Más allá de la problematización de la noción de meritocracia desde la literatura sociológica, es necesario rastrear históricamente de qué manera este concepto fue incorporado en diferentes países y utilizado como matriz explicativa de los procesos de desarrollo económico y

modernización nacionales.

La meritocracia en los procesos de modernización nacionales

El análisis situado de procesos globales con pretensión hegemónica, son indispensables no sólo por cuestiones de deontología profesional de la labor investigativa, sino que permite encontrar grietas donde puedan emerger propuestas alternativas al sentido común meritocrático. Europa fue testigo, a partir del siglo XVII, del surgimiento de un espíritu progresista que proclamó las virtudes de la “carrera abierta a los talentos”, con el fin de dejar atrás los privilegios que ofrecía la herencia. La movilidad social ascendente debía basarse en la plena utilización de los talentos como fundamento de una sociedad justa. En este tipo de carrera, era posible desdeñar a los/as perdedores/as ya que todo era en función de la destrucción de los privilegios y las fortunas heredadas. Pero la obsesión por la destrucción de la reproducción de la aristocracia implicó una fe ciega en los talentos y la realidad mostraba que, tal como sostenía Diderot, sólo el/la rico/a puede permitirse ser estúpido/a. Para el pobre, la capacidad es una necesidad, no una opción. Por esta razón, el talento vio su camino despejado para reproducir una nueva estratificación social basada en la igualdad -formal- de oportunidades (Sennett, 2009).

La percepción mayoritaria en los EEUU es que la meritocracia no sólo da cuenta de la manera en que debiera funcionar el sistema, sino que incluso es como realmente funciona. Esta ideología ayuda a explicar y a brindarle legitimidad a la desigualdad. Para lograr la estabilidad a largo plazo de un sistema decididamente desigual, aquellos beneficiados por éste deben convencer a los menos favorecidos que la porción que les toca en la distribución de la riqueza social es justa, lícita, legítima y parte del orden natural. La visión occidental de la meritocracia puede ser contrastada con la perspectiva oriental de los criterios de movilidad y estratificación social. Según el análisis de Pinheiro Neves (2000), al igual que los Estados Unidos, Japón se ha convertido en un “otro” diferente, un punto de referencia importante para las discusiones sobre las relaciones laborales. En Japón la sociedad tiende a generar valores positivos frente a la igualdad individual y el conformismo sobre la uniformidad social es tomado como madurez.

En Brasil los diferentes intentos de instaurar una cultura meritocrática han encontrado su fracaso en los diferentes espacios laborales de cargos públicos. El punto clave para Barbosa radica en la configuración particular de toda una percepción de lo que se entiende por desempeño en la sociedad brasilera. Este concepto interpreta al individuo y sus posibilidades influidas por su entorno. El talento, destreza, iniciativa, desenvolvimiento estarían

fuertemente influenciados por la clase social, la historia familiar, entre otras variables. Así se realiza una especie de justificación de los rendimientos más bajos, atribuyéndolos no al individuo sino a las condiciones ambientales. La evaluación de desempeño pierde su finalidad evaluativa y se convierte en la justificación de los resultados. Es decir, que en Brasil la meritocracia funciona como sistema de gestión del talento humano, sin embargo, existe un amplio sector del cuerpo laboral para la cual este sistema de evaluación no es legítimo (Barbosa, 1999).

Por su parte, las construcciones del sentido común meritocrático norteamericano y argentino tienen puntos en común. Mientras que las sociedades europeas estuvieron dominadas por aristocracias hereditarias, el sueño americano ha estado fundado en la experiencia histórica de una nación de inmigrantes. Los habitantes norteamericanos fueron siempre “libres” para alcanzar sus propios méritos. Tal como sostenía Jefferson en el año 1813, la aristocracia de nacimiento europea fue reemplazada por una nueva aristocracia natural basada en los talentos y las virtudes (Mc Namee, & Miller, 2009). La discusión sobre el talento y las virtudes individuales como propuesta de justicia social abre camino al nudo gordiano del análisis de la meritocracia como el principio que viene a cristalizar posiciones sociales. A continuación, nos referiremos a su presencia en los procesos de elitización social basados en el mérito.

Los procesos de elitización social

Mucho se ha discutido en torno al vínculo entre el concepto de meritocracia y la justificación que realizan las elites para cristalizar las desigualdades. En particular, Piketty (2014) ha insistido en que el capitalismo produce mecánicamente desigualdades insostenibles, arbitrarias, que cuestionan de modo radical los valores meritocráticos en los que se fundamentan nuestras sociedades democráticas.

Por otra parte, Bell (1972) sostiene que, en el contexto de las sociedades post-industriales, la estructura de clases se ve reformada por la aparición de nuevas elites basadas en conocimientos técnicos, las cuales dieron lugar en los 70' a demandas populares por mayor igualdad. Para Bell, el conocimiento técnico en este contexto puede ser entendido como producto de la inversión en capital humano. Los procesos de elitización social basados en el mérito están ampliamente ligados a las formas de legitimación del conocimiento mediante la educación formal. La generación de credenciales y la valorización o desvalorización de ciertos títulos recae, en última instancia, en manos de los grupos dominantes lo que les permiten tener acceso a empleos e ingresos estables (Rivera, & Andras, 2016). En este sentido, la educación actúa como instrumento de refuerzo al capital cultural de las clases hegemónicas, mientras debilita el capital cultural de las

clases bajas, reforzando de este modo la desigualdad (Bourdieu, & Passeron, 1970). La teoría de la señalización o del filtro, propone que las credenciales escolares serían el mejor indicador de que el postulante a un puesto tendría las capacidades requeridas por éste. La expansión de los sistemas educativos no acarrearía otra cosa que el incremento de las exigencias en términos de credenciales escolares, una vez que el mayor número de profesionales titulados llevarían a la pérdida del elemento señalizador. A diferencia de la Teoría del capital humano, los defensores de la Teoría de la señalización (Arrow, 2000, citado en Von Dollinger Régnier, 2006) restringían el papel de las credenciales escolares en la determinación de los salarios, ya que son las capacidades o competencias que los trabajadores ofrecen en el mercado (sean éstas adscriptas o adquiridas) las que determinan su productividad.

Hayes (2012) relata con claridad cómo funciona el acceso meritocrático en las universidades de elite en los EEUU. Para éste, las universidades norteamericanas son la institución central de la meritocracia moderna y para revalidar su argumento recurre a las estadísticas publicadas por Daniel Golden, en su libro *The Price of Admission* (2006), sobre la arquitectura ostensiblemente meritocrática de los SAT (examen psicotécnico para el ingreso a la universidad). “Al menos un tercio de los estudiantes de las universidades de élite y al menos la mitad de las universidades de artes liberales, tienen un trato preferencial en el proceso de admisión” (Hayes, 2012, p. 128).

El efecto inmediato de este sistema ha sido la legitimación de la desigualdad y su replicación dentro del ámbito educativo ya que la lógica de clase de la desigualdad educativa se mantiene a través de los mecanismos culturales más duraderos que los procesos económicos. Así el sistema de clase define la desigualdad educativa. (Dubet, 2011).

La meritocracia en los medios de comunicación

La literatura académica vinculada a los estudios de la gestión empresarial ha sido ampliamente debatida dentro de los denominados Critical Management Studies (CMS). Para los autores que abrevan en esta perspectiva, las prestigiosas escuelas de negocio han proporcionado gran relevancia a la creación de programas sobre gestión empresarial en tiempos donde la empresa funciona como institución central de la sociedad. En efecto, Fernández Rodríguez (2002) rescata los estudios críticos del management como una propuesta consistente frente a las teorías ortodoxas de la gestión, apoyándose en sólidas tradiciones teóricas como la obra de Braverman (1974) y en línea con trabajos de grandes figuras como Foucault (1999) y autores de la escuela de Frankfurt como Adorno,

Horkheimer y Habermas (2001). Así, los CMS surgen en un momento histórico en el cual donde es necesario comprender a la organización en un contexto en el cual la comunicación ha cobrado papel se suma importancia dentro de los procesos de gestión. Para el autor, el análisis de los medios de comunicación y de los elementos comunicativos y discursivos presentes al interior de las organizaciones abren un espacio fértil para el desarrollo de los estudios cualitativos en materia de gestión, como el análisis de las culturas corporativas y las ideologías manageriales, que representan un reto importante para ser analizados desde perspectivas no cualitativas, como en el caso de nuestra investigación, que intenta abordar este tipo de perspectivas a partir del análisis hemerográfico de los suplementos de economía y negocios de los principales periódicos del país.

Partiendo de la noción de representación social, los medios de comunicación masiva asumen un rol fundamental en la instalación de estas como “ecos” constituidos como vía de extensión de ciertas temáticas (Moscovici, 1984). En lo que refiere al análisis que nos interpela en este artículo, los medios gráficos digitales, podríamos indagar acerca de determinada tematización en torno a la meritocracia, a partir de la locución y relaciones que se establecen según los datos internos y externos, poniendo en juego la cointencionalidad constituida en los condicionamientos de la situación comunicativa (Charaudeau, 2003).

En la producción mediática, aparecen una serie de datos que permiten identificar instancias de producción, “recepción” e intercambio, como así también dos posibles objetivos en tensión, el de informar y el de captar. Estas orientaciones o aspectos, establecen la delimitación entre lo verdadero y lo falso para ganar credibilidad, la medida del impacto subjetivo en el destinatario. Cuando determinadas afirmaciones se instalan con fuerza en los discursos ponen en tensión lo que se considera “verdadero” (Charaudeau, 2003). Bajo esta premisa, este es un aspecto relevante para analizar la forma en que la meritocracia se instalaría como organizador de una carrera individual en un mundo competitivo, cuando no como un eje ordenador de desarrollo o progreso individual y principio ordenador de justicia. Pues, en la experiencia misma de este “diálogo” que plantean los medios podrían hallarse las posibilidades de existencia de una “propuesta meritocrática” que se admita como verdadera (Moralejo, 2000).

Método

Para este estudio se relevaron artículos de medios gráficos digitales (Tabla 1). Para el análisis de estos documentos se adoptó una postura hermenéutica interpretativa,

perspectiva que propone una relación entre la individualidad de los hechos (para este caso, la información extraída de los artículos: lo que se dice) y la universalidad que la contiene, con un propósito de comprensión y construcción de conocimiento (Moralejo, 2000), que en este estudio se daría en torno a la noción de meritocracia. Se trata de una lectura situada del material, que nos permite proyectar algunos cuestionamientos sobre lo que podríamos mencionar como “propuesta meritocrática”: ¿cómo se la aborda desde los medios masivos de comunicación? Se trata de construir preguntas a partir del análisis de documentos periodísticos en un momento sociopolítico determinado.

Las posibilidades de conocer respecto del tema planteado se extraen de los “diálogos” establecidos y la comprensión

del lenguaje; las “voces”, se constituyen en una finitud situada: están sujetas a determinadas condiciones históricas, sociales, económicas, políticas y culturales (Moralejo, 2000). Entendiendo a la producción mediática como una situación comunicativa de relación, la comprendemos como un encuadre de intercambio social y simbólico (Charaudeau, 2003).

La selección de material bibliográfico se realizó atendiendo a la naturaleza de la investigación documental de carácter exploratoria con el fin de presentar una batería conceptual que recoja aportes locales e internacionales de la sociología del management en torno a la noción de meritocracia para procurar un análisis que pueda sugerir la construcción de problemas y orientar nuevos espacios de discusión.

Tabla 1
Corpus mediático

Medio	Publicación	Fecha	Disponible en
Apertura	Cuánto va a aumentar tu salario en 2017 si trabajás fuera de convenio	27 de septiembre, 2016	https://www.apertura.com/economia/Cuanto-va-a-aumentar-tu-salario-en-2017-si-trabajas-fuera-de-convenio-20160927-0010.html
	Llorens, Francisco & Engler, Andrés Sueldos ejecutivos: cuál será el aumento para 2018	25 de septiembre, 2017	https://www.apertura.com/economia/Sueldos-ejecutivos-cual-sera-el-aumento-para-2018-20170925-0001.html
	Potocar, Carolina Los emprendedores que pasaron de compartir clases en la universidad a abrir una oficina en Miami	18 de octubre, 2016	https://www.apertura.com/emprendedores/Los-emprendedores-que-pasaron-de-compartir-clases-en-la-universidad-a-abrir-una-oficina-en-Miami-20161018-0007.html
Clarín	Estenssoro, María Eugenia Los emprendedores trabajan mejor en comunidades con vínculos muy estrechos”	16 de abril, 2016	https://www.clarin.com/economia/emprendedores-trabajan-comunidades-vinculos-estrechos_0_rv_Z4hOvXl.html
El Cronista	Falbo, Ana Sueldos ejecutivos: la vara del 31%. El Cronista	23 de diciembre, 2015	https://www.cronista.com/management/Sueldos-ejecutivos-la-vara-del-31-20151223-0012.html
	Quilici, Sofía Jefes millenials, un cambio de paradigma	26 de abril, 2017	https://www.cronista.com/management/Jefes-millennials-un-cambio-de-paradigma-20170426-0004.html
	Radici, Florencia Luis Bendersky: “El liderazgo tiene que ser referencial”	27 de septiembre, 2017	https://www.cronista.com/management/Luis-Bendersky-El-liderazgo-tiene-que-ser-referencial-20170927-0027.html
La Nación	Del Río, José Federico Álvarez Castillo: "Durante décadas a la Argentina la manejaron los peores del grado"	4 de octubre, 2017	https://www.lanacion.com.ar/2068861-federico-alvarez-castillo-durante-decadas-a-la-argentina-la-manejaron-los-peores-del-grado
	Hatum, Andrés Los cambios que necesita la educación para que la Argentina gane competitividad	6 de marzo, 2016	https://www.lanacion.com.ar/1877009-los-cambios-que-necesita-la-educacion-para-que-la-argentina-gane-competitividad
	Jim Whitehurst La colaboración es la nueva manera de innovar	25 de julio, 2016	https://www.lanacion.com.ar/1921035-jim-whitehurst-la-colaboracion-es-la-nueva-manera-de-innovar
	Rua, Martina Software de código abierto: llega el evento más importante de Latinoamérica	12 de septiembre, 2017	https://www.lanacion.com.ar/2061006-transformacion-digital-el-impacto-del-individuo
	Terrile, Sofía Management 2020: Las ventajas competitivas de la Argentina para surfear la ola disruptiva	28 de mayo, 2017	https://www.lanacion.com.ar/2027758-management-2020-las-ventajas-competitivas-de-la-argentina-para-surfear-la-ola-disruptiva
Perfil	Cómo queda armado el nuevo Congreso	23 de octubre, 2017	https://www.perfil.com/noticias/elecciones2017/como-queda-armado-el-nuevo-congreso.phtml

Fuente: Elaboración propia.

La selección de material empírico se produjo bajo los siguientes parámetros: se tomaron 24 artículos de las secciones Economía, Negocios, Management y Emprendedores de tres medios nacionales, seleccionados por alcance y especificidad temática de sus secciones o suplementos, en sus versiones *on line*: *La Nación*, *Clarín* y *El Cronista*, entre diciembre del año 2015 y octubre del 2017. Este período seleccionado responde al año en el que finaliza en la Argentina un gobierno de orientación nacional y popular y la llegada de Propuesta Republicana (PRO) a la presidencia en el año 2015, el cual se consolida como fuerza política en las elecciones legislativas del año 2017, respecto de la distribución de bancas en las cámaras de Diputados y Senadores al momento de asumir éste el Poder Ejecutivo (Perfil, 2017, 23 octubre). La novedad de este fenómeno no se circunscribe sólo a la asunción de un partido político relativamente joven, sino especialmente al hecho que la mayoría de los funcionarios que pasaron a ocupar puestos de conducción política eran directivos de grandes empresas del país. Esto último es lo que constituye la verdadera novedad en la historia política argentina.

La selección se realizó bajo un criterio de búsqueda único: *meritocracia*, concepto sobre el cual nos interesa indagar su representación mediática en torno a su sentido. De la selección inicial, se tomaron para un análisis específico 12 artículos. Del material, se tomaron segmentos en los que aparecía la palabra meritocracia, meritocrático, mérito, o variantes que refieren al término, y se las organizó en un cuadro de saturación. Allí se identificaron secciones, autores y autoras, voces y valoraciones asociadas al término meritocracia.

A partir de este recorte, se realizó una lectura de los documentos para un reconocimiento de su totalidad, y posteriormente una interpretación focalizada de los fragmentos. Para este análisis se realizó una lectura e interpretación crítica del material (fragmentos, citas, testimonios) en relación con el marco teórico, los sujetos y el contexto sociopolítico. Pues, lo que interesa para el fin descriptivo es cómo las voces que aparecen en los medios mencionan a la meritocracia, qué valoración le otorgan y qué asociaciones hacen a partir de ella. Es decir, no se trata de estudiar una continuidad o variación en las valoraciones de la meritocracia en diferentes momentos históricos, sino de describir cómo se hace presente, desde algunas voces vinculadas al mundo managerial, en la Argentina actual. Asimismo, no deja de llamar la atención la profusión de menciones a la meritocracia que aparecen con más fuerza a partir de la esperanza que depositan los medios de comunicación masivos que en su mayoría se

alinearon desde la primera hora con el nuevo gobierno. Más allá de la confluencia de intereses corporativos entre el partido de Macri y los propietarios de los medios de comunicación, el trasfondo de estas afinidades electivas radica en la promulgación de la Ley de servicios de comunicación audiovisual por parte del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en la cual su principal objetivo había sido la desmonopolización del sector.

Si existe una situación comunicativa en el proceso de producción mediática, es necesario poner en relación los condicionamientos situacionales del acto comunicacional. Si entendemos esta producción como un diálogo e intercambio simbólico, podríamos pensar en la existencia de un contrato de comunicación, constituido por datos internos y externos en los que se ponen en juego condiciones, finalidades, identidades, como así también locuciones (voces), relaciones y tematizaciones (Charaudeau, 2003).

Resultados

A partir de una descripción preliminar de la representación de la meritocracia en los medios, podemos arribar a algunos cuestionamientos. En primera instancia, se atribuye la carrera y el éxito en el mundo empresarial a competencias que el sujeto debe poseer. Para esto, deben atravesarse diferentes instancias en las que la evaluación asume un papel fundamental en la inclusión-exclusión de la persona de la carrera. Una posible lectura puede ser la asociación de un cúmulo de “requisitos” con la garantía de alcanzar cierta estabilidad en la carrera o un lugar de privilegio en el mundo del trabajo, haciendo referencia al talento humano o las competencias. Por ejemplo, en una entrevista realizada a Jim Whitehurst, CEO de Red Hat¹ (*La Nación*, 25/07/2016) aparece una referencia: “Gracias a estas participaciones –reuniones en las que se exponen ideas y problemas, y se reciben sugerencias–, cada miembro gana confianza y con el tiempo asumen unas mayores responsabilidades según su talento, y obtienen una reputación positiva por méritos propios.” Otra referencia se condensa en la bajada de título siguiente: “Cinco directivos convocados por *La Nación* analizaron las estrategias de gestión en tiempos de cambios acelerados; el talento humano y la resiliencia, factores fundamentales” (*La Nación*, 28/05/2017).

Las voces que mayormente aparecen en los artículos, son aquellas que podríamos llamar “autorizadas”: CEOs o especialistas en economía o management. Algunos de los nombres que se presentan son el de Andrés Hatum,

¹ Red Hat: Empresa especializada en *software open source*. En el artículo

analizado se tematiza un “estilo de gestión”.

profesor PhD de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT)²; Linda Rottenberg, CEO de Endeavor³, o Federico Álvarez Castillo, CEO de Etiqueta Negra⁴. Estas esbozan puntos de referencia para la construcción de la carrera profesional y el ascenso en la jerarquía de la empresa.

Un ejemplo que ilustra esta línea es el testimonio de Santiago Bermúdez Baglietto, de Wolox⁵, en el artículo de Carolina Potocar en *Apertura* (18/10/2016) en el que se aborda el “emprededurismo”: “acá somos todos iguales, es una meritocracia y el que sube, sube por su mérito y no por haber sido fundador o haber entrado primero”. Se establece el mérito personal como idea de éxito o posibilidad de ascenso en la escala salarial o posición, permitiéndonos inferir un mecanismo de diferenciación que expresaría que un mejor desempeño, según las competencias de cada persona, crea un sistema de justicia basado en la supervivencia individual. En el artículo de Ana Falbo en *El Cronista* (23/12/2015) complementa: “(...) los ajustes salariales del personal fuera de convenio, nuevamente, se vincularán mayormente sobre el eje de la performance y el mérito profesional”, en relación a las palabras de Valeria Bohorquez, Directora de Talent de Mercer (consultora internacional), refiriéndose al control de la inflación como posibilidad para ofrecer salarios diferenciados.

En *Clarín* (17/04/2016), Linda Rottenberg, de Endeavor, apunta hacia la meritocracia como camino de realización autónoma de hombres y mujeres:

Creo que en algún momento Obama internalizó que parte del secreto de la meritocracia norteamericana se basa en el espíritu emprendedor, se basa en la idea de que todo hombre o mujer puede ser el agente de su propio cambio. Los jóvenes hoy quieren ser emprendedores y ser sus propios jefes.

La premisa referiría a un orden social que sienta sus bases sobre una representación de que cada persona puede gestar sus propias oportunidades. Esta idea tiene raíces profundas en las representaciones sociales de las clases medias argentinas. Según Adamovsky (2009) y Germani (1955) autores que se han detenido minuciosamente en el estudio de las clases medias, en la Argentina, la movilidad social propiciada por las políticas de bienestar del primer peronismo (1946-1955), hicieron despertar el ideario individualista del progreso. La idea de un/a inmigrante que “llega con una mano adelante y otra atrás”

y, cuyo “esfuerzo” y “espíritu emprendedor” logra el ansiado ascenso -y la distinción- social, consigue instalar una visión ideologizada del progreso. Las clases profesionales, descendientes de comerciantes y trabajadores de oficio que finalmente lograron “hacerse a ellos/as mismos/as”, pasarán a reivindicar el espíritu meritocrático, en el cual cada uno/a es recompensado/a por sus habilidades y talentos.

Las nociones relacionadas con “estrategias de gestión en tiempos de cambios acelerados” u “ola disruptiva”, en las que se vinculan “ventajas competitivas”, “valores de la meritocracia y esfuerzo”, “performance” o “mérito profesional”, además de reflejar un lenguaje compartido, iluminan sobre cierto reconocimiento del contexto político⁶. De mínima esto nos permite preguntarnos si, desde algunos testimonios, se estaría asociando modelo de país y modelo de toma de decisiones empresariales, apuntando a procesos macro, o aspectos de la economía y las finanzas, que se vincularían con necesidades del sector empresario. Un ejemplo podría ser el de un artículo sobre sueldos de ejecutivos, salarios e inflación de Francisco Llorens y Andrés Engler (*El Cronista*, 25/09/2017):

Con una suba del 27 por ciento este año y una proyección del 20 para 2018, los salarios fuera de convenio le ganarán por primera vez a la inflación y a las paritarias. Cuánto cobra cada posición. Por qué afirman que la meritocracia, ahora sí, viene para quedarse.

En relación a lo político, las entrevistas realizadas por Francisco Llorens y Andrés Engler para *El Cronista* (25/09/2017) son precedidas por la bajada de título, que sintetiza la tematización del artículo, y expresa lo siguiente: “Por qué afirman que la meritocracia, ahora sí, viene para quedarse” y los testimonios allí presentados ponen en relación el momento político postelectoral (elecciones legislativas de 2017) y algunos valores meritocráticos como el talento. Por otra parte, del testimonio de Gustavo Pina - en el mismo artículo-, director del área de Professionals y RPO⁷ en Randstad Argentina⁸, se desprende lo siguiente:

En este planteo, la política no es ajena. Notamos más perspectivas en estas elecciones que en las presidenciales”, admite el ejecutivo, quien agrega que algunos clientes están buscando posiciones porque anhelan -y, en muchos casos, concretamente planean- posicionarse como centros de exportación de servicios. “Nos están sondeando. Hay una conciencia de atraer talento. Es la próxima pelea”, detalla.⁹

³ Endeavor: organización internacional sin fines de lucro que promueve la cultura emprendedora cuya sede central está en Nueva York.

⁴ Etiqueta Negra: empresa de moda para hombres y mujeres.

⁵ Wolox: Empresa que ofrece desarrollo tecnológico para emprendedores.

⁶ Las palabras citadas entre comillas fueron extraídas de artículos de *La Nación* (28/05/2017) y *El Cronista* (23/12/2015).

⁷ *Recruitment Process Outsourcing*.

⁸ Randstad: empresa internacional con sede en la Argentina dedicada a ofrecer servicios de recursos humanos a otras compañías.

⁹ Artículo de Francisco Llorens y Andrés Engler, *El Cronista* (25/09/2017).

En el mismo artículo Ezequiel Palacios, director Glue Executive Search, empresa especializada en la búsqueda de puestos gerenciales asegura que en su nicho “se vislumbraba una gran dependencia respecto al clima electoral: nos iba a influir mucho lo que pasara en las elecciones porque es un negocio muy sensible”.

Hasta aquí hay, por lo menos, tres elementos identificados que nos permiten inferir que existe una representación de lo que podríamos denominar “propuesta meritocrática”. Se reconoce que se deposita sobre el sujeto la responsabilidad de poseer determinadas competencias demandadas por el sector empresarial para el “éxito” en la carrera profesional. Además, se alude a que el sistema de trabajo y salarial están ligados a lo educativo, desde donde se objetivarían competencias en términos de credenciales universitarias, otorgando un saber-hacer específico. Vommaro (2015, p. 118) recupera la noción de habitus de Bourdieu. El autor rescata estas nociones para explicar que existen ciertas estructuras estructurantes de la percepción y la acción (esquemas) heredadas y compartidas por determinados sujetos en sus “mundos de pertenencia” (campos). En una entrevista a Luis Bendersky, cofundador de la consultora Paradigma, al responder sobre cómo se gestionan los recursos humanos, dice: “Tenemos prácticas diseñadas desde el momento del sourcing y la incorporación, además de nuestra universidad interna, con programas de formación intensivos.” (*El Cronista*, 27/09/2017). Andrés Hatum, de la UTDT, por su parte, plantea lo siguiente desde un enfoque educativo en *La Nación* (06/03/2016):

Repensar el sistema de trabajo y salarial, es una de las aristas, que debe estar acompañado por un sistema de evaluación que empiece a apostar por la meritocracia y creatividad docente, y un sistema nacional de evaluación que adhiera a uno de los sistemas internacionales existentes para comenzar a tener cifras objetivas y transparentes de la realidad educativa del país.

Por otra parte, existe un reconocimiento del contexto político y una valoración positiva de la coyuntura, que versa sobre el Presidente Macri. Álvarez Castillo¹⁰ (*La Nación*, 04/10/2017), al analizar el mundo de los negocios desde una mirada empresaria, asociaría el éxito político a criterios de formación:

Hoy lo analizo al presidente (Macri) y veo que es un tipo que estudió en un colegio de primer nivel. Hizo una carrera compleja como Ingeniería, decidió manejar las empresas del grupo de su padre y agregó valor, sabe lo que es tener una masa crítica de muchos empleados bajo su responsabilidad.

Al retomar los aportes de Vommaro (2015) sobre el *ethos* empresarial y la vinculación con la llegada de PRO al gobierno, podríamos sospechar que los campos de socialización mediados por referenciales simbólicos asociados a la meritocracia se constituyen como ámbitos teñidos de rasgos ideológicos de clase y políticos. Estas asociaciones conformarían un principio ordenador de la carrera profesional que se leería bajo la representación de que el acceso a determinada educación garantiza las competencias y certificaciones para obtener lugar de distinción en lo laboral. No obstante, el destino de una persona no está, necesariamente, determinado por el esfuerzo y la obtención de credenciales, podría estar atravesado por oportunidades del contexto político, social y económico, o el lugar que ocupa en términos de clase social y las relaciones de poder (Moralejo, 2000).

Discusión y conclusiones

Desde los primeros análisis de este corpus, y con la asunción de Macri a la presidencia de la Argentina, la difusión en la prensa escrita de pautas de jerarquización social que estuvieron presentes en las burocracias corporativas desde la finalización de la segunda industrialización por sustitución de importaciones (1958-1974) y el consecuente aumento de la extranjerización de la economía argentina con el arribo de la política neoliberal impuesta por la dictadura en el año 1976, ha cobrado nuevos bríos. En este nuevo contexto, la forma meritocrática de jerarquización social que se pretende difundir desborda el mundo del management, erigiéndose como principio ordenador de justicia en la sociedad, brindando un marco explicativo para la distribución de posiciones en la estructura social.

De acuerdo con Rivera (2015) la presentación de sí en los procesos de selección de candidatos/as en las grandes firmas está mediada y condicionada por el origen social. Las lógicas que intervienen en la vinculación de vida personal y laboral son diferentes según la clase social, lo que delimita una distancia entre ambas esferas. Se trata de un habitus de clase, una disposición social aprendida en las diferentes instancias de socialización por las que atravesó el sujeto. La noción bourdieusiana de “distancia de la necesidad” (Bourdieu, 1998), en la que los miembros de las clases privilegiadas valoran actividades por sus cualidades estéticas, simbólicas y expresivas, en oposición a aquellas ligadas a la utilidad, ayuda a explicar este fenómeno.

Desde el análisis realizado en los periódicos podemos encontrar algunas referencias que permiten hilar estas

¹⁰ CEO de Etiqueta Negra.

corrientes teóricas con expresiones concretas de la noción de meritocracia. En primer lugar, se puede mencionar la referencia a un sujeto que se constituye como “recipiente” de talentos o competencias que le servirán para conseguir lo que quiere a través del esfuerzo y estrategias basadas en la obtención de credenciales o el desarrollo de sus habilidades. Pero éste es un sujeto que atravesó determinadas experiencias de educación y formación, y que, además, despliega un habitus que le permite dar cuenta de competencias individuales para sobrevivir a un contexto que no solo demanda calificación certificada, sino capacidades personales que se adquieren a lo largo de la vida y se capitalizan en la vinculación de lo personal con lo laboral, y que se traduciría en talento. Pero todo sujeto no se desarrolla en igualdad de condiciones para desarrollar tales talentos.

El mensaje para atraer “talentos” a las compañías gira en torno a promesas de la posibilidad de tener tareas desafiantes, de trabajar divirtiéndose, de estar intelectualmente estimulado/a de manera permanente, lo que confronta con la realidad cotidiana de un trabajo rutinario o tareas mundanas (Rivera, 2015). Con el fin de retener a los talentos, las firmas invierten tiempo, energía y mucho dinero. La sensación de pertenencia a una misma familia o tribu, se mezcla con ambientes que cada vez más se asemejan a los resorts de las playas caribeñas o de la polinesia; puede realizarse hobbies, pero dentro del trabajo. La meritocracia funcionaría como una cuestión de rito iniciático que evalúa el potencial de ser incluido en la tribu corporativa.

En algunos de los testimonios hallados, admiten que se tienen preparados, desde la búsqueda y hasta el proceso de inducción a la organización, programas de formación intensivos, tal como se vio previamente en el testimonio de Luís Bendersky extraído de *El Cronista* (27/09/2017). En otros testimonios también se trata sobre determinadas características básicas que deben tener las personas que ingresen: idoneidad, responsabilidad, saber que se escala “por mérito”; lo cual daría por entendido que, quien se postula, comprende una serie de aspectos complejos que constituyen al entorno.

En rigor, la mirada atenta sobre el proceso de reclutamiento de futuros cuadros de conducción de grandes empresas ayuda a comprender el carácter eminentemente subjetivo del mérito al tiempo que muestra las bases del sentido común de las clases privilegiadas. Al momento de evaluar un/a candidato/a, los/las empleadores/as de grandes firmas basan sus decisiones en estimaciones de las capacidades productivas y de las habilidades de ejecutar el trabajo que se requiera de ellos.

Ahora bien, desde el punto de vista de otros estudios, según los/las evaluadores/as, hay características que reflejan de manera precisa el grado de alineamiento de los/las candidatos/as con la cultura corporativa. Como los/las empleadores/as no son capaces de observar el desempeño de los/as aspirantes previo a la decisión de contratarlos, no les queda otra que buscar señales que den cuenta del potencial para devenir líderes empresariales, las que comúnmente se basan en estereotipos tales como la vestimenta, el vocabulario, el lenguaje corporal y otros menos difusos como el prestigio de la universidad o la obtención de un MBA.

En este sentido, al analizar los criterios que utilizan los responsables de realizar la primera revisión de los CV recibidos por candidatos a incorporarse a firmas del sector financiero y de consultoría en los EEUU, Rivera (2015, p. 85) encuentra que sólo un 20% de los casos se tomó en cuenta lo que el/las aspirante realizó en sus trabajos anteriores, mientras variables tales como el prestigio de la universidad, las actividades extracurriculares (que reflejan las capacidades de sociabilidad) o el prestigio de los empleos anteriores, fueron los más utilizados. Durante las entrevistas en el proceso de reclutamiento, los/las entrevistadores/as se hacen preguntas tales como “¿me gustaría ir a tomar algo a un bar con este/a candidato/a?” en busca de identificar rasgos que se ajusten a la pauta de sociabilidad de la firma. En este sentido, el mérito se revela como un asunto de compatibilidad cultural más que de desempeño laboral, de saberes ligados a un puesto de trabajo determinado o de conocimiento de un oficio.

Algunos de los testimonios reflejan esta mirada, que al mismo tiempo merece profundización. Al hacer referencia a la relación entre lo educativo y las trayectorias laborales, se vislumbra una vinculación con una valoración positiva, sin referir a espacios concretos. No obstante, existe una síntesis que podría expresar la clave sobre cómo se piensa el vínculo entre la cultura de la organización y lo que se espera de un/a candidato/a para sumar valor, es decir su adscripción a la meritocracia: “Lo importante es definir la cultura de la empresa y determinar cuáles son las cosas que realmente hacen la diferencia. Que la gente tenga en claro qué es una meritocracia”, dijo Matías Recchia, CEO de IguanaFix en el artículo de Sofía Quilici (*El Cronista*, 26/04/2017). Las creencias culturales de los/las propios/as empleadores/as - reclutadores/as están enraizadas en sus propias biografías, jugando un papel central en las razones por las que miembros de las clases privilegiadas consiguen empleos prestigiosos y bien remunerados. Así, cuestiones como el logro y el éxito están determinadas subjetivamente por las percepciones culturales de aquellos encargados de evaluar el ingreso o la propia carrera gerencial y no por datos concretos (Rivera, 2015).

Si bien las perspectivas funcionalistas le dan un lugar especial a la educación y las credenciales escolares, los trabajos críticos más recientes de Hayes (2012) y Rivera (2015) dejan claro que éstas cumplen una función reproductiva de las elites que se ha ido perfeccionando con el tiempo. El hecho de que una consultora tenga su “universidad interna” permite evidenciar que el sistema educativo es susceptible a una mutación, atravesando formación universitaria por la mirada empresarial.

Al revisar el material periodístico, se percibe un campo discursivo compartido mediado por un *ethos* empresarial o de clase. Las voces pertenecen en gran parte a empresarios o especialistas del sector, deslizándose valoraciones sobre lo político y la gestión gubernamental. La presencia de este campo apunta a la empresa como lugar de desarrollo de la persona y del país.

Estas miradas comienzan a desbordar hacia otras esferas de la vida social. Tal como señalábamos anteriormente, según Szlechter y Battistini (2016), el análisis de la meritocracia trasciende las fronteras del mundo laboral y educativo llegando al punto de convertirse en la forma en que la sociedad concibe su organización misma. En nuestro país, Vommaro (2015) da cuenta de esta idea señalando cómo la cosmovisión del mundo empresarial llega al Estado y sus formas de gobierno a través de elección de Macri y el partido PRO como los voceros de un *ethos* social basado en el mérito. Así, es posible observar la convergencia de discursos políticos y empresariales en los procesos de selección laborales tanto como en los criterios de fijación de las remuneraciones, como queda claro en el testimonio de los ejecutivos de recursos humanos que señalan que la política no es ajena a su mundo y que los procesos políticos influyen en el posicionamiento de los/as trabajadores/as frente al capital y en la manera en que las firmas despliegan sus estrategias de captación de los/as futuros/as dirigentes empresariales.

Si bien los límites de este trabajo exploratorio sobre la representación de la meritocracia se circunscriben a un período acotado de tiempo, entre el año 2015 y 2017, en el que se evidencia un giro político crucial para la Argentina, quedan algunas preguntas que podrían tener respuesta en futuros estudios. Por un lado, la posibilidad de comparar este período con algunos de los años durante los que gobernó el denominado “kirchnerismo”: ¿de qué manera abordan los medios a la meritocracia en cada período? Del mismo modo, realizar un ajuste metodológico para entablar un análisis comparativo, contrastando voces y discursos, podría enriquecer el abordaje de la temática y su vinculación con la perspectiva sociológica.

Referencias

- Adamovsky, E. (2014). *Historia de la clase media Argentina: Apogeo y decadencia de una ilusión. 1919-2003*. Buenos Aires, Argentina: Booket.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2001). *Dialéctica de la ilustración: Fragmentos filosóficos*. Madrid, España: Trotta.
- Becker, G. (1983). *El capital humano*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México, D. F.: Grijalbo.
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (2009). *Los herederos: Los estudiantes y la cultura*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Braverman, H. (1998). *Labor and monopoly capital: The degradation of work in the twentieth century*. New York, NY: Monthly Review Press.
- Bröckling, U. (2015). *The entrepreneurial self*. Los Angeles, CA: Sage.
- Castillo, J. C., Torres, A., Atria, J., & Maldonado, L. (2018, mayo 14). *Meritocracia y desigualdad económica: Percepciones, preferencias e implicancias*. Disponible en <https://osf.io/wfj6n/>
- Charaudeau, P. (2003) *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona. GEDISA,
- Douglas, F. (1845/2003). *Narrative of the life of Frederick Douglas, an American slave written by himself*. In: Nina Baym, *Norton anthology of American literature* (6th ed). New York, NY: W. W. Norton.
- Fernández, C. (2002). *Vigilar y organizar: Una introducción a los critical management studies*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Foucault, M. (1996). *El orden del discurso*. Madrid, España: Las Ediciones de La Piqueta.
- Foucault, M. (1999). *El orden del discurso*. Barcelona, España: Tusquets.
- Germani, G. (1955). *Estructura social de la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Raigal.
- Habermas, H. (2001). *La teoría de la acción comunicativa*. Barcelona, España: Taurus.
- Hayes, C. (2012). *Twilight of the elites, America after meritocracy*. New York, NY: Crown Publicer.
- Macpherson, C. (2005). *La teoría política del individualismo posesivo: De Hobbes a Locke*. Madrid, España: Trotta.
- Mc Namee, S., & Miller, R. (2009). *The meritocracy myth*. Plymouth, UK: Rowman & Littlefield.
- Moscovici, S. (1984). *Psicología Social II*. Barcelona, España: Paidós.
- Moralejo, E. (2007). La problemática de las humanidades y la hermenéutica. En: E. Díaz, (Comp.), *Las posciencias. El conocimiento científico en las postrimerías de la modernidad*, (3ra. Ed.). Buenos Aires, Argentina: Biblos.

- Perfil. (2017, octubre 23). Cómo queda armado el nuevo Congreso. (23 de octubre de 2017). Disponible en <https://www.perfil.com/noticias/elecciones2017/como-queda-armado-el-nuevo-congreso.phtml>
- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor: Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27/1.
- Pinheiro Neves, L. (2000). Putting meritocracy in its place: The logic of performance in the United States, Brazil and Japan. *Critique of Anthropology*, 20, 333.
- Rivera, L. (2015). *Pedigree: How elite students get elite jobs*. Nueva Jersey, NJ: Princeton University Press.
- Rivera, L., Andras, T. (2016). Class advantage, commitment penalty: The interplay of social class and gender in an elite labor market. *American Sociological Review*, 81, 1097-1131.
- Sennett, R. (2009). *El artesano*. Madrid, España: Anagrama.
- Sennett, R. (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Madrid, España: Anagrama.
- Szlechter, D., & Luci, F. (2014). *Sociología del management en la Argentina: Una mirada crítica las grandes empresas del país*. Buenos Aires, Argentina: Edicon.
- Szlechter, D. (2015). *Consentir y resistir: Las contradicciones del mudo del management de empresas transnacionales en la Argentina*. Los Polvorines, Argentina: Editorial UNGS.
- Szlechter, D., & Battistini, O. (2016). Entre el oficio y el mérito: La evaluación del trabajo frente a la problemática del solapamiento salarial. *Pléyade, Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 18, 95-129.
- Vommaro, G., & Morressi, S. (2015) *"Hagamos equipo". PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina*. Los Polvorines. Ediciones UNGS.
- Wolf, M. (1994). Erving Goffman, o la descalificación de la inocencia. En: *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid, España: Cátedra.
- Young, M. (1958). *The rise of meritocracy 1870-2033: An essay on education and society*. London, UK: Thames and Hudson.
- Žižek, S (2003). *Ideología: Un mapa de la cuestión*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.