



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA DE  
QUERÉTARO



FACULTAD DE  
PSICOLOGÍA



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Psicología y Educación

Doctorado en Estudios Multidisciplinarios sobre el  
Trabajo.

Subjetividad y Management: el discurso capitalista y su incidencia sobre la  
subjetividad del trabajador en el S. XXI.

Presenta:

Fernando Manuel López España Méndez

Dirigido por:

Dr. Marco Antonio Carrillo Pacheco.

Co-dirigido por:

Dra. Adriana Marcela Meza Calleja

Dr. Marco Antonio Carrillo Pacheco  
Presidente.

Dra. María Guadalupe Ordaz Cervantes  
Secretario.

Dra. María Guadalupe Ordaz Cervantes  
Vocal.

Dr. Carlos León Salazar  
Suplente.

Dr. Rolando Javier Salinas García  
Suplente.

Centro Universitario, Querétaro, Qro.  
Enero 2023  
México.



Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales  
de Información



Subjetividad y Management: el discurso capitalista y  
su incidencia sobre la subjetividad del trabajador en el  
S. XXI.

**por**

Fernando Manuel López España Méndez

se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional](#).

**Clave RI:** PSDCC-111166



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA DE  
QUERÉTARO



FACULTAD DE  
PSICOLOGÍA



A mi hija María Fernanda con quien nació este trabajo.



## Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por su presencia manifiesta en todos y cada uno de los momentos de mi vida; así como a mis guías que también siempre están presentes.

A la Dra. María de Jesús García Gasca, por el apoyo y la confianza depositada en mí, permitiendo la realización de este trabajo. Así como al Dr. Rolando Javier Salinas, cuya invitación y apoyo para llevar a cabo mis estudios de doctorado en el programa de Estudios Multidisciplinarios sobre el Trabajo, me hicieron posible llevar a cabo esta investigación, dentro de un campo que me permitió ampliar mi perspectiva profesional y los alcances de la misma; así como por la amistad que con el tiempo y el trabajo compartido hemos ido construyendo.

Al Dr. Marco Carrillo Pacheco por su colaboración y su orientación, sin las que este trabajo no habría podido tomar la forma que el día de hoy tiene. Por su confianza y por alentarme a explorar nuevos territorios dentro de los Nuevos Estudios sobre el Trabajo que, desde una nueva perspectiva, permitió establecer un diálogo entre los Estudios Multidisciplinarios sobre el Trabajo y el Psicoanálisis de orientación lacaniana; abriendo la posibilidad de contribuir en ambos campos y generar a nuevos aportes, bajo una perspectiva multidisciplinaria. También por el apoyo personal que me brindó en los momentos más complejos durante el proceso del doctorado.

Agradezco a mis lectores, cuyas observaciones y aportes sin lugar a dudas constituyeron una significativa contribución a la realización de la investigación y el resultado que se obtuvo. A la Dra. Adriana Marcela Meza Calleja, por su atenta lectura, sus observaciones, sus correcciones y sus contribuciones al trabajo. A la Dra. María Guadalupe Ordaz Cervantes, cuya lectura, orientación y aportes resultaron fundamentales para el mejor desarrollo del trabajo, permitiendo que tomará un rumbo propio y único, a pesar de lo



incierto que pudiera parecer en un principio. Su integración a la investigación permitió enmarcar el trabajo de una manera original ampliando su potencial inicial. Gracias por la confianza, la orientación y sobre todo, por el apoyo que me brindó también en los momentos más críticos en el desarrollo de esta investigación. Al Dr. Carlos León, por su lectura y sus aportes principalmente de carácter epistémico al trabajo, así como por su transmisión y la ampliación de perspectiva que causó en mi, en los momentos y espacios académicos que tuvimos la oportunidad de compartir dentro y fuera del aula.

A mis queridos compañeros y amigos, Alejandro Islas, Araceli Gómez, Marimar Carrillo, Erick Hurtado y Abel Cervantes, por su compañía y apoyo incondicional en todo momento. Sin duda cada uno, formó parte de este trabajo, en sus páginas también se encuentran los logros compartidos, los momentos de felicidad, de frustración, de dificultad y de restablecimiento que tuvimos a lo largo de estos años. Conformando un equipo que de diferentes formas siempre muestra la unión que se sostiene en el cariño y una amistad que ha hecho huella en nuestras vidas.

A mi hija María Fernanda, mi guerrera y mi princesa; a quien dedico este trabajo, por ser mi principal motor y fuente de inspiración desde el día que nació. También durante aquellos momentos que pusieron a prueba nuestra fortaleza, y nos permitieron aflorar nuestras emociones y sentimientos más profundas basadas en la fuerza del amor.

A mi padre, cuyo amor y presencia durante toda mi vida ha sido en mí su mejor legado, brindándome las bases y los principios que constituyen lo que hoy soy en día. A mi hermano Luis Manuel, por su amor y apoyo incondicional, quien representa para mí un ejemplo de fortaleza, amor y persistencia incansable.

A mis maestros, cuyas enseñanzas me han permitido explorar nuevos mundos y encontrar caminos de conocimiento insospechados, más allá del saber que es posible adquirir dentro de la academia.



A todos mis amigos por su apoyo incondicional. Por acompañarme siempre, cada uno a su manera, en los mejores momentos y también en los más complejos; permitirme encontrar en la amistad uno de los pilares más preciados de mi vida.

A mi analista Marcela Almanza, cuya escucha y acompañamiento han constituido uno de mis principales puntos de orientación en mi vida y durante todo el proceso que hoy me permitió llegar aquí.

A Lis, por cuidar con amor y dedicación, durante estos años a María Fernanda y de esta manera permitir que hoy este trabajo llegue a un punto conclusivo.

A todos mis profesores por su tiempo, dedicación y todas las enseñanzas que de ellos obtuve; a mis estudiantes, por que día con día me enseñan y me inspiran a querer seguir aprendiendo. Así como a todo al personal administrativo de esta querida Facultad, que siempre me han brindado su mejor disposición para colaborar en todo lo necesario de la mejor manera posible; en especial a Vicky, por su cariño y por el apoyo que en todo momento me ha brindado, sin el que la conclusión de este ciclo no habría sido posible.

A mis pacientes, por la confianza depositada en mi escucha y por lo que el encuentro con ellos también me enseña. Así como a quienes han formado parte de mi formación como analista en la Escuela, de la que hoy tengo la gran satisfacción de ser miembro; sin mi formación en ella, tampoco habría sido posible la lectura realizada ni lo que resultó de este trabajo de investigación.



## INDICE

<b>DATOS DEL RESPONSABLE DEL PROYECTO .....</b>	<b>9</b>
<b>DATOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>10</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>11</b>
<b>ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION TEÓRICA .....</b>	<b>12</b>
DE FORMA QUE SE PLANTEARÁN ALGUNAS CUESTIONES EN RELACIÓN AL ORIGEN DEL MANAGEMENT EN LOS ESTADOS UNIDOS, COMO RESPUESTA AL TOYOTISMO Y LOS CAMBIOS A LOS QUE DIO LUGAR; EL CONTEXTO SOCIAL EN EL QUE SURGE DICHA IDEOLOGÍA; ALGUNAS CARACTERÍSTICAS INHERENTES A DICHO DISCURSO Y PRINCIPALMENTE, UNA APROXIMACIÓN PSICOANALÍTICA SOBRE ALGUNAS CUESTIONES RELATIVAS A SU ESTRUCTURA COMO LAZO SOCIAL, EN RELACIÓN CON ALGUNOS PLANTEAMIENTOS DESARROLLADOS POR LACAN, DENTRO DEL CAMPO DEL PSICOANÁLISIS, RELATIVOS AL DISCURSO CAPITALISTA, SU LÓGICA, SU FUNCIONAMIENTO Y ALGUNOS DE LOS EFECTOS QUE A NIVEL SUBJETIVO, PUEDE DAR LUGAR A PARTIR DE DICHO DISCURSO. ....	13
<b>LA CRISIS DE LA INDUSTRIA NORTEAMERICANA Y EL SURGIMIENTO DEL <i>MANAGEMENT</i>. ....</b>	<b>13</b>
<b>DE LA ÉTICA DEL TRABAJO A LA ESTÉTICA DEL CONSUMO .....</b>	<b>16</b>
<b>EL DISCURSO DEL MANAGEMENT .....</b>	<b>17</b>
<b>PSICOANÁLISIS Y MANAGEMENT .....</b>	<b>19</b>
<b>UNA APROXIMACIÓN A LOS CUATRO DISCURSOS Y EL DISCURSO DEL CAPITALISMO .....</b>	<b>19</b>
<b>EL DISCURSO CAPITALISTA Y LAS TRANSFORMACIONES EN LAS RELACIONES EN EL MUNDO DEL TRABAJO .....</b>	<b>24</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>29</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>30</b>
<b>PLANTEAMIENTO TEÓRICO .....</b>	<b>33</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>35</b>
<b>GENERALES .....</b>	<b>35</b>
<b>ESPECÍFICOS .....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>36</b>
<b>FENOMENOLOGÍA .....</b>	<b>43</b>
<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:.....</b>	<b>45</b>
<b>FASES DE LA INVESTIGACIÓN: .....</b>	<b>51</b>
<b>CASOS DE ESTUDIO .....</b>	<b>60</b>
<b>EL MANAGEMENT Y LA PANDEMIA.....</b>	<b>60</b>
<b>WAR ROOM .....</b>	<b>65</b>
<b>CASO UNO: WOBI .....</b>	<b>67</b>
<b>WOBI ON RESILIENCE .....</b>	<b>67</b>
<b>WOBI ON STRATEGY .....</b>	<b>70</b>
<b><i>Fundamentos de la estrategia.....</i></b>	<b>71</b>



<i>Valor Compartido</i> .....	72
<i>El impacto de la transformación digital en el panorama estratégico y competitivo</i> .....	73
<i>Realidad aumentada</i> .....	74
<i>Cambios en la manera de trabajar</i> .....	74
<b>WORLD BUSINESS FORUM MÉXICO 2020</b> .....	76
<i>Algunas consideraciones sobre el Management y la revolución digital</i> .....	86
<b>WORLD BUSINESS FORUM 2021</b> .....	88
<i>Algunas consideraciones sobre el World Business Forum y el Management</i> .....	99
<i>Conclusiones preliminares el Management a partir de la experiencia en el World Business Forum</i> .....	102
<b>CASO DOS: OSO TRAVA</b> .....	<b>104</b>
<b>UNA INMERSIÓN POR EL MUNDO DEL MANAGEMENT (TRABAJO AUTOETNOGRÁFICO)</b> .....	104
<i>Reto “Gana tu Mañana”</i> .....	105
<i>Día 1: Reto Gana tu Mañana: Guardián del sueño</i> .....	117
<i>Día 2: Reto Gana tu Mañana: Gratitud</i> .....	126
<i>Día 3: Reto Gana tu Mañana: Hidratación</i> .....	134
<i>Día 4: Reto Gana tu Mañana: Ejercicio</i> .....	140
<i>Día 5: Reto Gana tu Mañana: Respiración más Meditación</i> .....	150
<i>Día 6: Reto Gana tu Mañana: Blinda tu mente</i> .....	161
<i>Día 10: Reto Gana tu Mañana: Do meaningful shit (Diseñar tu vida con propósito y significado)</i> .....	172
<i>“RETO GANA TU MAÑANA”: UNA EXPERIENCIA</i> .....	187
<i>EL “RETO GANA TU MAÑANA”</i> .....	188
<i>EL REPORTE DEL TRABAJO DEL “RETO GANA TU MAÑANA”</i> .....	208
<b>CASO TRES: SIMON COHEN</b> .....	<b>214</b>
<b>PLENO: LOS SECRETOS DE UN EMPRESARIO QUE BUSCANDO EL ÉXITO, ENCONTRÓ LA FELICIDAD</b> .....	214
<i>Día Cero: Era necesario despertar el espíritu y comenzar a vivir de nuevo</i> .....	217
<i>Del éxito como empresario al arte de dormir tranquilo</i> .....	220
<i>Sobre sus orígenes y su familia</i> .....	226
<b>HIGH PERFORMANCE, HAPPY PEOPLE</b> .....	230
<i>Cuidar de todos: la base de “High Performance, Happy People”</i> .....	233
<i>Networking, la importancia de las relaciones y de estar rodeado de personas mejor que uno</i> .....	235
<i>La presentación de PLENO en el Club de Industriales de Querétaro</i> .....	236
<i>Algunas reflexiones sobre PLENO</i> .....	240
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>249</b>
<b>ESTUDIO DE CASO UNO: WOBI</b> .....	<b>251</b>
<i>EL MANAGEMENT Y EL ESPÍRITU DEL CAPITALISMO</i> .....	252
<i>EL MANAGEMENT Y SU ALCANCE GLOBAL</i> .....	255
<i>EL MANAGEMENT: UN DISCURSO ORIENTADO AL FUTURO Y SIN ESPACIALIDAD ESPECÍFICA</i> .....	261
<b>ESTUDIO DE CASO DOS: OSO TRAVA</b> .....	<b>270</b>
<i>EL MANAGEMENT: UNA CULTURA DE ALTO RENDIMIENTO</i> .....	273
<i>EL MANAGEMENT Y SU NARRATIVA BÉLICA</i> .....	278



<b>EL MANAGEMENT Y SU CONCEPCIÓN DE SUJETO COMO ORGANISMO.....</b>	<b>286</b>
<b>EL MANAGEMENT Y SU CONCEPCIÓN DE SUJETO COMO PURO PENSAMIENTO Y COGNICIÓN. ....</b>	<b>291</b>
<b>ESTUDIO DE CASO DOS: SIMON COHEN. ....</b>	<b>293</b>
<b>EL MANAGEMENT COMO ESTILO DE VIDA: DEL HOMBRE MANAGERIAL AL SISTEMA MANAGERIAL.....</b>	<b>300</b>
<b>EL MANAGEMENT: ALTO RENDIMIENTO Y MALESTARES SUBJETIVOS.....</b>	<b>307</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>315</b>
<b>EL MANAGEMENT Y SUS ALCANCES EN LA CONCEPCIÓN DEL MUNDO, EL TIEMPO Y EL ESPACIO.....</b>	<b>318</b>
<b>VIDA COTIDIANA Y ESTILOS DE VIDA.....</b>	<b>319</b>
<b>CONCEPCIÓN DEL SUJETO COMO ORGANISMO BIOLÓGICO, PENSAMIENTO Y COGNICIÓN.....</b>	<b>321</b>
<b>LÓGICA DEL MANAGEMENT: DISCURSO, IDEOLOGÍA, CULTURA Y ESTILOS DE VIDA ORIENTADOS A LA PRODUCCIÓN Y LA MAXIMIZACIÓN DE LAS GANANCIAS. ....</b>	<b>322</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>325</b>



## **DATOS DEL RESPONSABLE DEL PROYECTO**

Nombre: Fernando Manuel López España Méndez

Expediente: 111166

Facultad: Psicología

Campus: Aeropuerto

Último grado académico: Maestría

Lugar donde obtuvo su último grado: UAQ

Periodo que abarca el proyecto de investigación: Ene 2019 – Ene 2023

Teléfono celular: 442 3 61 30 05

Correo electrónico: ferloes@gmail.com

Director de tesis: Dr. Marco Carrillo Pacheco

Co-directora de tesis: Dra. Adriana Marcela Meza Calleja

Lectora: Dra. María Guadalupe Ordaz Cervantes



## DATOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título del proyecto de investigación: **Subjetividad y Management: el discurso capitalista y su incidencia sobre la subjetividad del trabajador en el S. XXI.**

Tipo de investigación: Básica.

Línea de investigación en la que incide el proyecto: Procesos de trabajo, riesgos psicosociales y salud ocupacional.

**Objetivo:** Identificar y analizar las características de estructurales del *Management*, como discurso ideológico presente en los modelos de gestión del trabajo, inherente a los principios de la maximización de las ganancias propios del capitalismo, presentes en los contenidos de formación y capacitación de trabajadores y trabajadoras de nivel directivo y gerencial en las empresas.

## RESUMEN

La presente investigación, correspondiente al programa de Doctorado en Estudios Multidisciplinarios Sobre el Trabajo, se propone llevar a cabo un estudio relativo a la estructura del *Management* y su incidencia sobre la subjetividad de trabajadores que tienen acceso a dichos contenidos; entendiéndolo como un discurso ideológico, que además de determinar la organización de los procesos productivos y las actuales formas de gestión del trabajo, tienden a incidir en la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras de diferentes niveles (gerencial y/o directivo), de distintos ámbitos laborales y formas de trabajo administrativo.

Se parte del supuesto de que dicho discurso -entendido como una estructura que regula el lazo social que actualmente existe entre los trabajadores-, es solidario al modelo capitalista



de las actuales sociedades del consumo. Cuyo origen se puede situar a partir de la Gran Transformación Productiva, a la que dio lugar el Toyotismo, con sus procesos de flexibilización, cuyo impacto en América Latina tuvo lugar a principios de la década de los ochenta, con el advenimiento del Neoliberalismo –como modelo económico- y la transformación en los procesos de producción y los mercados de trabajo, la reestructuración productiva, la flexibilización de la mano de obra, entre otros elementos que se propone abordar el presente trabajo.

## **SUMMARY**

This research, corresponding to the Doctorate program in Multidisciplinary Studies on Work, aims to carry out a study on the structure of Management and its impact on the subjectivity of workers who have access to said content; conceiving Management as an ideological discourse, which, in addition to influencing the organization of production processes and current forms of work management, tend to affect the subjectivity of workers at different levels (managerial and / or directive), from different work areas and forms of administrative work.

Likewise, it is based on the assumption that said discourse - understood as a structure that regulates the social bond that currently exists between workers - is in solidarity with the capitalist model of current consumer societies. Whose origin can be located from the Great Productive Transformation, to which Toyotism gave rise, with its processes of flexibility, whose impact in Latin America took place at the beginning of the eighties, with the advent of Neoliberalism - such as economic model- and transformation in production processes and labor markets, productive restructuring, flexibilization of the workforce, among many other elements that this paper proposes to address.



## ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION TEÓRICA

Dentro del amplio desarrollo que han tenido los Estudios Laborales en América Latina, desde sus comienzos como Sociología del Trabajo, hasta el carácter académico y el abordaje de las variadas temáticas que hoy en día presentan (Carrillo, 2010), uno de los elementos a estudiar ha sido la “Gran Transformación” que tuvo lugar a partir de “la caída del Keynesianismo y el advenimiento del Neoliberalismo; en los procesos de producción y los mercados de trabajo, la reestructuración productiva y los mercados de mano de obra hacia la flexibilización” (De la Garza, 2009, p.6). En este sentido, las investigaciones que hoy en día se realizan dentro del campo de los Estudios Laborales, no pueden sino estar afectadas por los fenómenos a los que la Gran Transformación ha dado lugar, así como de los efectos que hasta la fecha se siguen resintiendo en nuestra sociedad y en cada uno de los trabajadores y trabajadoras que la integran.

Según De la Garza (2007), desde finales de los setenta y la primera mitad de los ochenta, el eje central de los Estudios Laborales en América Latina ya no fue el movimiento obrero, sino la transformación de los procesos productivos en relación con cambios tecnológicos, la organización del trabajo y la formación de distritos industriales en el inicio, dando lugar así a los *Nuevos Estudios Laborales*. En los que es posible situar los estudios sobre la reestructuración productiva, los cambios en las relaciones laborales, los estudios sobre el sindicalismo y la sociodemografía del mercado de trabajo.

En ese sentido, el presente trabajo de investigación, se propone situar su desarrollo, fundamentalmente a partir de la reestructuración productiva y los cambios en las relaciones laborales, y el progreso que también desde finales de los años 70’s ha tenido el *Management*, como una disciplina de formación de gerentes, directores y empresarios, para la gestión de las empresas dentro del contexto al que la Gran Transformación ha dado lugar hasta nuestros días. Generando con ello, un impacto no sólo en lo económico, sino también en lo político y social, siendo los trabajadores (en tanto sujetos) los principales



receptores de dichos impactos. Ya que, según Bauman, “el paso de aquella sociedad de productores a la del consumo significó múltiples cambios, tales como el modo en el que se prepara y educa a la gente para satisfacer las condiciones impuestas por su identidad social” (2000, p.45).

De forma que se plantearán algunas cuestiones en relación al origen del Management en los Estados Unidos, como respuesta al Toyotismo y los cambios a los que dio lugar; el contexto social en el que surge dicha ideología; algunas características inherentes a dicho discurso y principalmente, una aproximación psicoanalítica sobre algunas cuestiones relativas a su estructura como lazo social, en relación con algunos planteamientos desarrollados por Lacan, dentro del campo del psicoanálisis, relativos al discurso capitalista, su lógica, su funcionamiento y algunos de los efectos que a nivel subjetivo, puede dar lugar a partir de dicho discurso.

### **La crisis de la industria norteamericana y el surgimiento del *Management*.**

Frente a la emergencia y el crecimiento económico que se dio en Japón, mediante el auge del Toyotismo, con el éxito que representó dicho modelo, caracterizado por su “*Just in time*” y la profunda transformación introducida a partir de la tercerización en los procesos productivos y la flexibilización en las formas de gestión de trabajo y los recursos humanos (Coriat, 1992); Peters y Waterman, en su libro “*En busca de la excelencia*”, señalan que en general, salvo algunas empresas que ellos califican de <<excelentes>>, a comienzos de los ochenta, la industria norteamericana se encontraba en un significativo estancamiento (2017, p.44), que hace necesario revisar y replantear la manera en que las empresas son administradas por sus directores, dado que los viejos modelos, que anteriormente permitieron el crecimiento de la industria norteamericana, tales como el Fordismo, se



tornaron ineficaces para hacer frente a las exigencias de un mundo globalizado y distinto que comenzó a emerger a partir de esos años. De manera que, en la introducción de *“En busca de la excelencia”* los autores señalan, como objetivo de su investigación, lo siguiente:

“hacemos una leve excepción a la teoría tradicional, principalmente porque nuestra evidencia acerca de cómo trabajan los seres humanos –individualmente y en grupos-, nos lleva a examinar varios principios económicos importantes relacionados con el tamaño (economías de escala), la precisión (límites del análisis), y la capacidad de obtener resultados extraordinarios (especialmente en la calidad) con personas bastante normales” (Peters y Waterman, 2017, p. xxxi).

En términos generales, la idea principal consiste -apelando a las diferencias culturales-, en generar un discurso propio a la gestión norteamericana, ir hacia la búsqueda de *“Una nueva teoría”* que haga a un lado al Toyotismo y el liderazgo que, en el mundo de los negocios, dicho modelo representaba por la efectividad que implicaba frente al ya superado Fordismo norteamericano, que durante tanto tiempo marcó la pauta para la gestión de la empresas y el desarrollo de la industria en todo el mundo. Ya que a decir de los autores “los gerentes estadounidenses, acosados por evidentes problemas de estancamiento, se apresuraron a adoptar las prácticas gerenciales japonesas, ignorando las diferencias culturales” (Peters y Waterman, 2017, p.4), y “si Estados Unidos quiere recuperar su posición competitiva en el mundo, o incluso conservar la que tiene, no podemos seguir sobrepasándonos haciendo las cosas a nivel racional” (Peters y Waterman, 2017, p. 58).

En este sentido, son varios los elementos que son puestos en cuestión en el trabajo presentado *“En busca de la excelencia”*, tales como las limitaciones que se dan en aquellas empresas que, a la luz de los autores, no son excelentes y la manera en el que operan y son gestionadas las que sí lo son. Sin embargo, se podría decir que, en términos generales, los



autores apelan por una menor racionalidad, tan propia de los modelos de gestión precedentes (Taylorismo y Fordismo), así como a una mayor flexibilidad, con tonos también de emotividad en la gestión empresarial, siguiendo la manera en que las empresas excelentes lo hacen, puesto que estas “empresas simplemente toman en consideración -y aprovechan- el lado más emocional y primitivo (bueno y malo) de la naturaleza humana. Proporcionan una oportunidad para ser los mejores, un contexto para la búsqueda de la calidad y la excelencia. Brindan respaldo; más aún, celebración; utilizan unidades pequeñas e íntimas [...] y ofrecen oportunidades para destacarse dentro de entornos protegidos” (Peters y Waterman, 2017, p. 64).

Por otro lado, también en la misma década, a comienzos de los ochenta, Michel Porter, destacado profesor de la *Harvard Business School* y actualmente considerado como el más influyente gurú del *Management*, publica su libro “*Estrategia competitiva*”. Cuyo énfasis propuesto por él, como el título mismo lo indica, se basa en el desarrollo de una serie de estrategias de carácter más racional orientadas, ciento por ciento, a la competencia de las empresas dentro de la industria. Con un tratamiento de carácter militar (que, por cierto, sin mencionarlo directamente, es fuertemente criticado por Peters y Waterman), muy propias de la cultura norteamericana, propone un modelo de gestión que hace de la competencia el principal referente: “**Estrategia competitiva** ofrece un conjunto completo de métodos analíticos que le servirán a la compañía para estudiar la industria en su conjunto y predecir su evolución futura, entender a los competidores y su situación, y traducir el análisis en una estrategia competitiva de una compañía” (Porter, 2015, p. xxi).

Se trata de orientar a la empresa, a través de la estrategia competitiva de una unidad de negocios, para encontrar una posición en el sector industrial, donde se defienda en contra de las fuerzas que impulsan la competencia en la industria o influya en ellas para sacarle mayor provecho y así, ser una empresa más competitiva dentro del sector industrial en el que se encuentra insertada.



Excelencia y competencia, se pueden considerar como dos de los ejes fundamentales en los que actualmente se basa el *Management* y el discurso o lazo social particular al que da lugar; además de las estrategias, alternativas o vías a través de las cuales las empresas altamente efectivas y destacadas deben de orientar sus políticas de acción, con la finalidad de ser más eficientes y no perecer frente a las exigencias propias de la economía neoliberal que hoy en día impera en nuestro mundo.

### De la ética del trabajo a la estética del consumo

Como todo suceso, el fenómeno antes señalado y situado como el surgimiento de un nuevo discurso, no responde sino al contexto en el que se origina. Y en este sentido, los desarrollos realizados por Zigmunt Bauman, pueden resultar de utilidad en su esclarecimiento, pese a las críticas señaladas por Enrique de la Garza, en relación a los autores postmodernos y lo que él sitúa como << simplificaciones para-potsmodernas >> relativas al problema de la imposibilidad de formación de identidades y sujetos colectivos amplios (2017, p.29).

En su libro *“Trabajo, consumismo y nuevos pobres”*, Bauman analiza el viraje que el trabajo ha tenido en los últimos tiempos, ubicándolo a partir del desplazamiento que en el campo del trabajo tuvo lugar, al haber pasado de sostenerse en una ética que comprometía al sujeto en la producción, a una estética que lo empuja de manera incesante a un consumo sin límites.

El sujeto dejó de orientar su acción a partir de una ética que tenía como finalidad imponer control y subordinación, en la que “Ir a trabajar –conseguir empleo, tener un patrón, hacer lo que se considerará útil, por lo que estaría dispuesto a pagar para que el trabajador lo hiciera- era el modo de transformarse en personas decentes para quienes habían sido despojados de la decencia y hasta de la humanidad” (Bauman, 2000, p.33), con lo que la gente era moldeada para un comportamiento rutinario y monótono, limitando o



eliminando toda posibilidad de elección (Bauman, 2000, p.45). Mientras que, en la denominada sociedad del consumo, los individuos pasaron a orientar su acción a partir de la *estética del consumo*, en la que el valor supremo ya no es el trabajo bien realizado, sino la posibilidad de vivir las más intensas experiencias, para las que no se necesita preparación, puesto que esta llega sin anunciarse y se desvanece si no se aprovecha a tiempo, en la medida en que se volatiliza al poco tiempo de haberse vivido.

Probablemente, de ahí venga la importancia, que Peters y Waterman, resaltan respecto al hecho de que en las “Empresas Excelentes”, “El orden se sacrifica y se obtiene eficacia [...] Por medio de la fragmentación, una corporación estimula un alto volumen de acción rápida. La organización *actúa*, y luego comete errores, encuentra el éxito inesperado, y una nueva dirección estratégica surge de manera inexorable” (Peters y Waterman, 2017, p. 121).

### El discurso del Management

La presente investigación se propone interrogar y poner en cuestión la práctica del *Management*, entendida como un discurso inherente a la gestión de los procesos de trabajo administrativos, que “representa, de alguna manera, la ideología de aquellos que detentan el poder dentro de las organizaciones empresariales (llamémosles empresarios, gerentes, directores o cuadros intermedios)” (Alonso y Fernández, 2013). Convirtiéndose para algunos en la cultura hegemónica que refleja el espíritu del capitalismo, recogiendo los valores morales dominantes en relación no sólo a cómo debe organizarse la empresa y el trabajo que se desarrolla en ella, sino incluso la sociedad y los propios individuos (Alonso y Fernández, 2013).

Si bien es cierto que el *Management*, como discurso empresarial ha contado con un amplio desarrollo, que incluso se puede situar como anterior al surgimiento de la Gran Transformación, a partir de los planteamientos de los teóricos de la producción en serie,



tales como Taylor y Fayol, en el que el surgimiento de los sindicatos y la burocratización de las empresas a finales del siglo XIX, hicieron necesario un control más fuerte por parte del directivo sobre los trabajadores (Alonso y Fernández, 2013), donde lo importante estaba determinado por la predicción y la planificación, así como la organización, el orden y la coordinación (Kennedy, 1994).

El planteamiento del presente trabajo, consiste en situar como origen del discurso del *Management*, los años a partir de los cuales se dio la Gran Transformación y la instauración de la sociedad de consumo en masas; en la que “Junto al desarrollo de las nuevas técnicas de comercialización, se construye un discurso entorno al marketing, cuya idea esencial es la siguiente: las empresas no deben producir lo que resulta más eficiente para el departamento de producción, sino lo que el comprador requiere” (Alonso y Fernández, 2013, p.53). Dentro de este contexto, también se suma, la crisis del Fordismo, frente a las innovaciones del sistema de Toyota que, como se mencionó anteriormente, se caracterizó por transformación introducida a partir de la tercerización en los procesos productivos y la flexibilización en las formas de gestión de trabajo y los recursos humanos; en el que proveedores se encuentran estrechamente relacionados con la planta industrial, para que las piezas necesarias estén disponibles en el momento necesario. Así como la reacción norteamericana, frente a dichas problemáticas, en los años ochenta, mediante la <<nueva cultura empresarial y de liderazgo>>.

Lo anterior, se puede considerar, dentro de los intereses de la investigación a realizar, como un punto de viraje, en el que las prácticas de la administración corporativa o las “ciencias de las organizaciones” (Gaulejac, 2013), dejaron de incidir únicamente en el ámbito de las empresas, para comenzar a configurarse en una *ideología de la gestión* o, como se ha señalado anteriormente, un lazo social (discurso), particular al servicio del mercado. Generando determinados impactos tanto a nivel social como individual, en la medida en que “lo humano pasa a ser considerado como un recurso de la empresa, al mismo nivel que



el capital, la tecnología, etc, como un factor entre otros. Esto significa que se invirtió la cuestión de los medios y los fines. Lo humano se convierte en un medio para desarrollar la empresa. La empresa ya no es un medio, un recurso para desarrollar lo humano” (Gauleac, 2013, p.7).

### Psicoanálisis y Management

A partir de la enseñanza que Lacan realizó sobre la obra de Freud, y el desarrollo que llevó a cabo en torno a los cinco discursos históricos que planteó y, le permitieron situar al psicoanálisis en su especificidad, como una práctica particular -en relación a otras como la ciencia y el poder-: es posible situar la práctica del *Management* y su ideología, como un discurso particular, afín a la estructura del lazo social que Lacan llamó discurso del capitalismo.

De manera que, es posible reflexionar sobre la incidencia que dicho lazo social puede llegar a tener en los trabajadores y trabajadoras, como sujetos afectados por la estructura del lenguaje e insertados en determinado discurso.

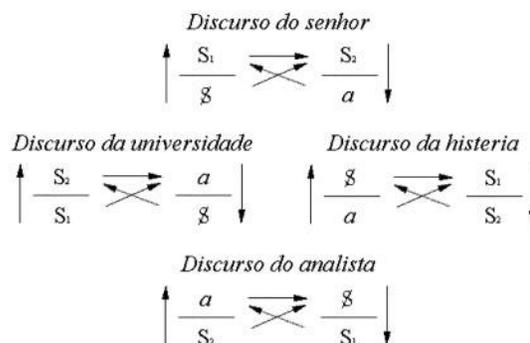
### Una aproximación a los cuatro discursos y el discurso del capitalismo

Según Lacan (1992/ 1969-1870), existen cuatro discursos (a los que más adelante agregará un quinto llamado el discurso del capitalismo), que se estructuran a partir de cuatro elementos (representados por matemáticas) y cuatro lugares. Los matemáticos, representados por letras, pueden intercambiarse entre sí, mientras que los lugares siempre permanecen fijos. Dichos matemáticos son:  $S_1$ , que representa al significante amo;  $S_2$ , como el significante que designa el saber;  $\$$ , como el sujeto del inconsciente, caracterizado por su falta en ser; y finalmente el pequeño *objeto a*. Que equivale a lo que, apoyándose en Marx, Lacan llamó objeto *plus de goce*, como el producto del recorrido que la pulsión realiza en la búsqueda



de la satisfacción del objeto perdido (es decir, objeto plus de goce en el sentido marxista de la plusvalía); o bien como objeto *causa del deseo*, a partir de la falta que instaura en el sujeto ante la imposibilidad de que el objeto de la satisfacción absoluta sea encontrado. De manera que su funcionamiento en los discursos (ya sea como objeto plus de goce o como objeto causa del deseo) dependerá del lugar en el que se encuentre dentro de la estructura de cada discurso.

Por otra parte, los lugares (que también son cuatro), a diferencia de los elementos antes señalados, permanecen fijos y son: el *lugar del agente*, el *lugar del Otro* (o del trabajador), el *lugar de la verdad* y el *lugar del producto*. De manera que, dependiendo del lugar en el que se encuentren cada uno de los elementos ( $S_1$ ,  $S_2$ ,  $\$$  y  $a$ ) tendrá origen uno u otro discurso, en función de cuatro combinaciones posibles, según la permutación (siempre circular y de izquierda a derecha) de los elementos en cada uno de estos lugares. Añadiéndose a partir de una serie de modificaciones, en la lógica de este movimiento (circular y de izquierda a derecha), un quinto discurso posible que es el discurso capitalista. Así, partiendo de la estructura básica, de cuatro lugares fijos y cuatro elementos permutables, Lacan sostiene que “[...] este aparato de cuatro patas, con cuatro posiciones, puede servirnos para definir cuatro discursos básicos.” (1992, p. 18), que representa de la siguiente manera:





El *discurso del amo*, da cuenta de la relación de poder que existe entre el amo y el esclavo, retomada por Lacan a partir de la dialéctica que Hegel describe en su mito del amo y el esclavo, a través del cual, Hegel, explica el origen de la sociedad, el establecimiento de las clases sociales y las relaciones de poder. En este lazo social, el amo ordena al esclavo lo que debe hacer, mientras que el esclavo al hacer lo que el amo le ordena, adquiere un saber del que el amo carece y que aunque lo ignore, constituirá el lugar de la castración por la que el amo, en tanto sujeto de lenguaje, también está habitado.

En relación a este discurso, Lacan por otra parte señala que, el saber del que el esclavo es portador (en la medida en que, dentro del discurso del amo, se encuentra representado por el  $S_2$ ), más adelante le será robado por el amo a través de su formalización, dando lugar al discurso universitario, por medio de la permutación de los términos (de izquierda a derecha), siendo ahora el saber establecido por el amo quien comandará en el discurso universitario.

El discurso universitario, será entonces, aquél en que Lacan ubica entre otras cosas la función de la filosofía. Donde el saber que el amo roba al esclavo -en su función de agente dentro de este discurso- pone en movimiento la estructura de este nuevo lazo social; y de cuyo funcionamiento se obtendrán como producto determinadas subjetividades, acordes a las necesidades de las estructuras establecidas en determinado momento histórico. De manera que será el amo en turno, quien se encuentra detrás del saber robado al esclavo, estableciéndolo de manera que convenga a sus intereses.

Por otra parte, el tercer movimiento lógico e histórico que Lacan ubica, se refiere al lazo social establecido por la histeria. Que tuvo lugar a partir del momento en el que la histeria puso a disposición del médico aquellos síntomas (parálisis, dolores, convulsiones, disfunciones, etc.) y el saber médico no logró dar razón sobre su origen; en la medida en que no pudo determinar una etiología física y observable que explicara aquello que



acontecía en el cuerpo y se manifestaba mediante el síntoma. De manera que, según Lacan “Lo que la histérica quiere, en el límite, que se sepa, es que el lenguaje no alcanza a dar la amplitud de lo que ella, como mujer, puede desplegar con respecto al goce” (1992, p.35), instaurando así un agujero en el saber médico y científico que, a partir de la agudeza freudiana, dará lugar al lazo social establecido por el psicoanálisis.

De manera que, el cuarto e inicialmente último movimiento, operado sobre el discurso histérico, consiste en aquello que permite dar origen a la práctica del psicoanálisis. Debido a que lo que es situado en el lugar del agente, es el *objeto a* ya no en su función de goce sino como *objeto causa del deseo*; siendo este el lugar que el analista deberá ocupar, para poner en marcha el trabajo del inconsciente y la experiencia analítica.

Dicho movimiento, siguiendo la lógica rotativa (de izquierda a derecha), permite que lo que esté en el lugar del trabajador sea el sujeto mismo, dando lugar a un saber que el sujeto mismo puede elaborar a partir de su trabajo en la experiencia analítica. Situándose así, el  $S_2$  como significante del saber, en el lugar de la verdad; y el  $S_1$ , correspondiente a los significantes amos a los que el sujeto inicialmente está identificado, en el lugar del producto. Entendidos como lo que el sujeto puede llegar a obtener como saldo de la experiencia a la que el psicoanálisis puede dar lugar.

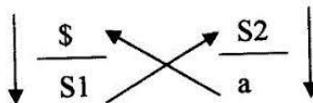
De manera que, como se ha venido mencionando, si bien originalmente estos son los cuatro discursos establecidos por Lacan, según las combinaciones posibles (a partir de la rotación de cada uno de los elementos en los distintos lugares); años más tarde Lacan propone, la existencia de un quinto lazo social al que llama *discurso del capitalismo*.

Dicho lazo social, tiene origen a partir de la inversión de dos de los elementos del discurso del amo. Donde el  $S_1$ , pasa a ser colocado en el lugar de la verdad y el  $\$$  al lugar del agente. De manera que una de las características más significativas de este discurso, consiste en que el significante amo, su incidencia y sus efectos, quedan velados. Mientras que el sujeto, en aparente posición de agente, se dirige a un saber (en que se puede situar la tecnología)



cuya finalidad consiste en la producción de los objetos de goce (*gadgets* u objetos fetiche, según los planteamientos de Marx) que, aunque se encuentran en el lugar del producto, en la lógica inherente del discurso capitalista, en la que los límites y lugares no están claramente establecidos, en realidad constituyen el agente del mismo; con lo que el sujeto termina siendo el producto de dicho discurso. Un producto que termina quedando reducido al desecho de dicho funcionamiento.

De esta manera, el discurso capitalista se va a caracterizar, entre otras cosas, por poner en primer plano al goce (que también puede ser entendido en términos de la producción constitutiva del sistema capitalista), a partir de la caída de las identificaciones del sujeto, que en el discurso del amo antiguo se encontraban en el lugar del agente. Es decir, que si bien en el discurso del amo, son las identificaciones las que operan su funcionamiento; en el caso del discurso capitalista, será la producción misma la que ocupe dicha función a partir del aflojamiento de las identificaciones tan característica del sujeto contemporáneo.



Lo anterior importa para señalar el deslizamiento que es posible situar en relación al lazo social y la lógica en la que se sostienen las relaciones inherentes al trabajo. Puesto que el trabajo, de estar en su origen estructurado a partir de la lógica del discurso del amo, como se puede observar en sus primeras formas de organización -desde las sociedades esclavistas hasta el mecanicismo desarrollado por Taylor y Fayol-, con el surgimiento de las prácticas del *Management* y la flexibilidad, característica de sus nuevos modelos de gestión surgidos a partir del Toyotismo, pasó a funcionar bajo la lógica propia del discurso capitalista. Que



es un discurso que, entre muchas otras cosas, se caracteriza por el hecho de que, a diferencia de los otros discursos, la imposibilidad no existe.

Así, el discurso del capitalismo junto al de la ciencia que le es solidario, se presenta como una estructura que anula el punto de imposibilidad inherente a la estructura de cualquier discurso. De manera que no hay elemento alguno que en él que haga límite.

“Diré que capitalismo plus ciencia se han combinado para hacer desaparecer la naturaleza, y lo que queda del desvanecimiento de la naturaleza es lo que llamamos lo real, es decir un resto por estructura desordenado. Se toca a lo real por todas partes según los avances del binario capitalismo-ciencia, de manera desordenada, azarosa, sin que se pueda recuperar una idea de armonía” (Miller, 2012 p.433).

### **El discurso capitalista y las transformaciones en las relaciones en el mundo del trabajo**

De manera que, a partir de ello, es posible entender las profundas transformaciones que han tenido lugar en los procesos de producción, cada vez más acelerados en su afán de maximizar las ganancias y generar mayor capital. Así como en los modelos de gestión del trabajo, que por medio del *Management* intentan moldear la subjetividad, proponiendo formas específicas de pensamiento y acción en los trabajadores y trabajadoras, que sean acordes a los mismos principios de rentabilidad y maximización de las ganancias inherentes al capitalismo. Con lo cual, tal y como Miller lo indica, nos encontramos en un momento en el que “la producción está ubicada entonces para nosotros en el centro del lazo social, algo que no fue siempre así, no siempre lo vivimos así” (Miller, 2015, p.16).



De esta forma se pueden comprender, las medidas establecidas a partir del auge del noeconservadurismo, que tuvo lugar en los años ochenta, por medio del consenso de Washington, que “incluían una serie de medidas para la desactivación del movimiento sindical y para la promoción de una ideología administrativa que preconiza el derecho a dirigir a la vez que promueve la remoción de restricciones a las medidas para el aumento de la productividad (Saavedra, 2009, p. 48)”.

Se puede observar cómo el trabajo dejó de estar regulado por una estructura sólida y consistente, acorde a la lógica relacional, señalada por Hegel, en su mito del Amo y el Esclavo. En la que claramente se encuentra situado quién ordena (el amo), representado por el  $S_1$ , en el lugar del imperativo y quién trabaja (el esclavo), representado por el  $S_2$ ; que a partir de su saber hacer da lugar a un producto y una ganancia. Simbolizados mediante el *objeto a*, que representa la producción que se obtiene como consecuencia del trabajo realizado por el esclavo y cuya ganancia terminará finalmente siendo del amo.

Es decir que, bajo la lógica planteada por Marx, el amo es quien se adueña de la plusvalía generada por el trabajo del esclavo, que a su vez queda impedido de acceder al producto que él mismo realiza, siendo entonces el amo quién gozará de los bienes producidos a partir del trabajo realizado por el esclavo.

De esta manera, la consistencia de este discurso o estructura de lazo social, depende de la imposibilidad presente en el sujeto de acceder al objeto buscado (*objeto a*) mediante el trabajo que realiza. Que Freud llamó *Das Ding*, y estableció como un objeto imposible de alcanzar, constitutivo de la primera experiencia de satisfacción y por lo tanto perdido de una vez y para siempre.

De forma que, a partir de este objeto es que se establece en el sujeto su condición de falta en Ser, que lo instituye como un sujeto del inconsciente y del deseo, impulsándolo a trabajar



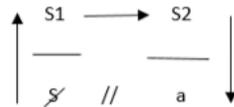
a partir del anhelo de hallar dicho objeto; que por estructura se presenta como imposible. Permitiendo así el funcionamiento de dicho objeto como objeto *causa del deseo*. Con lo cual:

“si se quiere conseguir lo necesario para vivir y ser feliz, hay que hacer algo que los demás consideren valioso y digno de un pago. Nada es gratis: se trata siempre de un *quid pro quo*, de un “doy algo para que me des”; es preciso dar primero para recibir después” (Bauman, 2000, p.17).

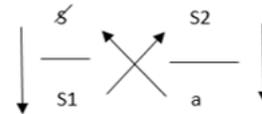
Sin embargo, la estructura del discurso capitalista, da lugar a una lógica que subvierte el funcionamiento del discurso del amo, generando profundas transformaciones, tanto en la forma en que el sujeto realiza su actividad, como en los efectos que en tanto sujeto tienen lugar en él a partir de la lógica que le es inherente al discurso capitalista.

De manera que, a partir “del momento en que la producción tomó las riendas de la civilización, el sujeto se quedó no tanto relacionado con el objeto del deseo, sino con el objeto del goce, con el plus de goce que supone cierta indiferenciación del objeto, que implica una numeración del objeto, en el que la pregunta es ¿cuánto?” (Miller, 20015, p.26) Es decir que, con la inversión de los elementos operada en el discurso del amo, entre el  $S_1$  y el  $\$$ ; la anulación de la doble barra que representa la imposibilidad para el sujeto de acceder al objeto; los vectores que van del *objeto a* (en su valor de objeto *plus de goce*), al  $\$$  y del  $S_1$  al  $S_2$  (que en este caso representan al amo y al saber materializado en la tecnología y los objetos que produce), así como el que va del  $\$$  al  $S_1$  y del  $S_2$  al *objeto a*; el funcionamiento lógico constitutivo de este lazo social, se transforma en un circuito sin límite ni freno alguno.

## Discurso del amo



## Discurso capitalista



De manera que si bien, aparentemente es el sujeto el agente en este lazo social, en realidad, su funcionamiento parte del *objeto a* como objeto plus de goce que apunta a la satisfacción. Es decir que, mientras en el discurso del amo dicho objeto le es extraído al sujeto, en la lógica del lazo social establecida por el discurso capitalista, el objeto desde el inicio le es ofrecido una y otra vez, como si se tratase de un objeto posible de alcanzar. Así, el “discurso de la cuantificación se encarna, se monetiza en el mercado, donde todo tiene un precio, donde todo tiene un valor dentro de una escala de valores establecidos” (Miller, 2015, p.138); incluido no sólo el trabajo sino el sujeto mismo. Con lo que, el funcionamiento descrito, no lleva a otra cosa sino al hecho de que sea el propio sujeto quien quede reducido al objeto consumido en dicha operación de consumo.

Es así como también se puede entender el planteamiento de Tom Peters, al afirmar que en el trabajo actualmente de lo que se trata, es de un *nuevo contrato social*, constituido por:

“Sociedades que eduquen a sus jóvenes para que rompan las reglas, inventen nuevos y vívidos futuros. Que animen a la movilidad laboral mediante políticas que apoyen el instinto emprendedor. Que abracen la idea de la aldea y el cambio globales, en lugar de cerrar sus mentes y fronteras al cambio” (2004, p.21).

De forma que, de acuerdo a Gaulejac, lo “operacional absorbe entonces toda la energía e impide tomar esa distancia necesaria para poder concebir otras maneras de funcionar”



(2008. p.9), dando lugar a una serie de indecencias sobre la subjetividad que es posible observar en el campo del trabajo, en la medida en que:

“Atrapados por la urgencia, por la tensión de la cultura del alto rendimiento, en esa carrera del “siempre más”, uno se encuentra bajo tensión y pone a los demás bajo tensión. Y todo el sistema está bajo tensión. Para soportar eso, algunos explotan, enloquecen, y otros son hiperactivos. Esos hiperactivos parecen estar siempre diez puntos, tienen una capacidad de renovación de sus energías que todo el mundo admira y dicen “you must be number one” (Gaulejac, 2008, p.9).

Por lo tanto, para los fines de la presente investigación y con la intención de abonar a la multidisciplinaridad de los estudios sobre el trabajo, lo anterior constituye un elemento fundamental en la comprensión de la incidencia que el *Management* -sus principios y su lógica-, tienen en la subjetividad los trabajadores y trabajadoras. Partiendo de la idea de que el *Management* constituye una ideología, un discurso o un lazo social particular, que se pone de manifiesto a través de distintas prácticas presentes en los actuales sistemas de producción y modelos formación y gestión del trabajo.

De manera que es posible constatar, lo que Lacan destaca, al indicar que uno de los elementos centrales, relativos a cada uno de los discursos, tiene que ver con el efecto que cada uno de ellos tiene sobre el sujeto que se encuentra insertado en determinado lazo social. Por lo que se trata de situar y analizar algunas coordenadas posibles, inherentes a la lógica del capitalismo que han acompañado la transformación en el mundo del trabajo, a partir de la disrupción propiciada por el modelo Toyotista, al pasar de funcionar bajo la lógica operada por el discurso del amo a la lógica del discurso del capitalismo; en la medida en que según Ohno, “pensar al revés” “constituye la condición de entrada en el universo de innovaciones tan característico del mundo empresarial japonés (Coriat, 1992, p.17)”.



## JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se propone mostrar y dar cuenta sobre la incidencia y posibles problemáticas presentes en el sujeto de nuestra época, a partir de los actuales sistemas de producción, modelos de formación, capacitación y gestión del trabajo, dentro de la actividad laboral de los trabajadores y trabajadoras, sostenida a partir de la lógica del *Management* en distintos niveles de gestión.

El supuesto anterior, parte de la idea de que los nuevos sistemas de producción, de gestión del trabajo, de formación y capacitación, así como los discursos que estos sistemas configuran, propician formas específicas de subjetivación que es necesario identificar, para pensar la indecencia subjetiva que pueda tener lugar, a partir del impacto que el *Management* tenga en trabajadoras y trabajadores que desempeñan su actividad laboral bajo modelos de gestión que desde ahí se impulsan, a través de la promoción de formas específicas de pensamiento y acción en el actual mundo laboral administrativo.

Dado que este es un elemento que como tal no ha sido problematizado, más allá de ser mencionado dentro de los Estudios sobre el Trabajo, a diferencia del tratamiento que dicha problemática ha tenido dentro de los denominados *Critical Management Studies* (Saavedra, 2009), su abordaje se propone generar un aporte a los Estudios Multidisciplinarios sobre el Trabajo, desde el marco que el psicoanálisis de *Orientación lacaniana* puede constituir, a partir de algunos de los hallazgos que se desprenden de la clínica, así como de los desarrollos que se ha realizado en torno a las configuraciones subjetivas de la época, que son problematizadas día con día el interior de trabajo clínico, político y epistémico que se da al interior de las Escuelas de psicoanálisis que comparten dicha orientación.



## DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Varios años atrás, distintos autores, de diferentes campos relativos al estudio del ser humano, en múltiples formas, tonos y con distintas intenciones, han intentado dar cuenta de los fenómenos de transformación sociales, económicos, políticos y culturales, que desde la década de los 70's (Chomsky, 2017) tuvieron lugar en el mundo, impactando fuertemente en la estructura social y dando como resultado diferentes efectos tanto a nivel social como individual, en distintos ámbitos de la vida de las personas.

Sin lugar a dudas, uno de los ámbitos más importantes corresponde al del trabajo, ya que este, “así como el amor y las relaciones sociales constituyen las dimensiones esenciales que caracterizan al ser humano” (Neffa, 2015, p. 10). De manera que, en la medida en que el ser humano, no sólo es un ser natural guiado por el instinto sino, como Hegel plantea (Kojève, 1933-1934), un ser natural desnaturalizado a partir de la toma de conciencia de su propia muerte; o bien un ser cultural, motivado por una fuerza distinta a la del instinto que Freud formuló en términos de la pulsión (1929-1939/ 1979); el ser humano se ve en la necesidad de satisfacer sus necesidades de una manera distinta al resto de las especies naturales. Por ello, el trabajo, al menos en sus orígenes, ha constituido el medio a través del cual el hombre y mujeres dan lugar a la satisfacción de sus necesidades, así como de las de sus seres más cercanos, que junto con ellos dan forma e integran la institución que se ha dado en llamar familia.

Sin embargo, el trabajo como medio de producción de los bienes -más culturales que naturales-, necesarios para la subsistencia del hombre, no se ha dado siempre de la misma forma, y si bien durante algún tiempo permaneció con cierta estabilidad, al menos en su estructura, en los últimos años y en relativamente poco tiempo, según lo demuestra Julio Cesar Neffa (2015), a partir de la década de los 70's, se asiste a una profunda



transformación, no sólo en su forma sino en la estructura misma de los sistemas productivos, que han dado lugar una serie riesgos que afectan a hombres y mujeres tanto a nivel físico como subjetivo que en otros modelos productivos no se solían presentar.

Si bien, es cierto que no hay actividad propiamente humana que, al realizarse dentro de la cultura, tal y como Freud (1929-1939/ 1979) lo indicó en “*El malestar en la cultura*”, no sea fuente de sufrimiento; el presente trabajo de investigación se propone dar cuenta, a partir de la cultura del Management, sobre algunos aspectos relativos a la incidencia sobre la subjetividad de los sistemas productivos, modelos de gestión, formación y capacitación en el trabajo propios de nuestra época. Y con ello, deducir el estatuto que actualmente es posible conferirle al sujeto contemporáneo en el campo del trabajo, dado que el sufrimiento según Dejours (2014) constituye un “[...] **concepto crítico** pertinente, basado en referencias teóricas en la psicopatología general, el psicoanálisis y la psicodinámica.” (P.24), para dar cuenta de las condiciones subjetivas inherentes a la actividad laboral de mujeres y hombres en los tiempos que actualmente transcurren.

Se parte del hecho de que la civilización -entendiéndola, según Miller (2015) como “[...]un sistema de distribución de goce, o un modo común de goce, una repartición sistematizada de los medios y las maneras de gozar” (p.18)- ya no es lo que era antes, dado que han tenido lugar profundas transformaciones; que consisten en una serie de cambios radicales de la manera en la que los goces son distribuidos, por lo que, “[...] si la civilización antigua implicaba ocuparse del esclavo, la nuestra supone angustiar metódicamente al asalariado” (p.18).

En este sentido, desde el campo de la psicología del trabajo, según Dejours (2014) las transformaciones en las formas de trabajo, comenzando por el *taylorismo* y el *fordismo* hasta lo que a partir de los 70’s se ha dado en llamar *Management*, han conducido a la producción de sufrimientos en el sujeto trabajador inherentes a estas nuevas formas de organización del trabajo, cuya principal característica se compone del “[...] recurso a la



**flexibilidad**, que viene acompañado por el aumento de la penosidad y la intensidad del trabajo.” (p.26).

De esta manera, es posible formular un punto de encuentro entre el psicoanálisis, la psicología del trabajo y los estudios organizacionales, que puede constituir un aporte a los *estudios laborales* en México. Ya que dichos campos intentan dar cuenta de ciertas problemáticas contemporáneas a las que el sujeto en la actualidad se encuentra expuesto; en la medida en que “La dimensión subjetiva interviene de manera determinante en la actividad del trabajo que depende de la movilización del sujeto y en una inversión subjetiva de su parte” (Neffa, 2015, p.13).

Se trata de explorar, dentro de nuestro contexto histórico, social y cultural, lo que Gaulejac ha denominado “ideología de la gestión”, con el surgimiento del *Management*. Establecido como un nuevo tipo de poder (2017, p.1), cuyo origen es localizado por Gaulejac en los años 70’s, a partir del modelo gestado por IBM, que se caracteriza por romper “profundamente con el modelo piramidal y jerárquico del capitalismo industrial clásico” (Gaulejac, 2017, p.1). Dando lugar a profundas transformaciones en las relaciones sociales dentro de la empresa, el lazo social o discurso a partir del cual se sostienen y, propiciando importantes incidencias en la subjetividad de los trabajadores en la actualidad, dentro del campo administrativo.

Las formas dominantes de trabajo propias del sistema capitalista, en el siglo XIX y el XX, representadas esencialmente por el taylorismo y el fordismo -que se caracteriza por la idea de que los dueños de los medios de producción concentraban todos los poderes y que los empleados estaban enmarcados dentro de un poder jerárquico y piramidal-, fueron sustituidas por un nuevo modelo adoptado por las empresas multinacionales, a partir de las innovaciones introducidas por el Toyotismo. Desarrolladas a partir del *Management* como una ideología y una industria generadora y promotora de nuevas formas de gestión en el trabajo y la vida de los trabajadores. De manera que “no podemos eludir como profesionales e investigadores de la psicología del trabajo, la responsabilidad ética por los



efectos producidos por los discursos y prácticas empleadas en la actualidad” (Porras y Parra, 2018, p.24).

## PLANTEAMIENTO TEÓRICO

La Gran Transformación en los paradigmas hegemónicos de producción y en las ciencias sociales del trabajo, que tuvo lugar a principios de la década de los ochentas, dio origen a importantes modificaciones que impactaron, no sólo en la manera en que se realiza el trabajo -caracterizado por el advenimiento del Neoliberalismo en los procesos de producción y los mercados de trabajo, la reestructuración productiva y la flexibilización de los mercados de mano de obra-, sino en lazo social mismo, los modos de relación social y la lógica que le son inherentes. De manera que, con el advenimiento de *Management*, como ideología o discurso hegemónico, acorde a la lógica del mercado y de las sociedades de consumo, es posible observar determinados efectos sobre la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras de distintos niveles de gestión, por medio de diferentes prácticas, promovidas en los nuevos modelos de gestión del trabajo, tales como el *Networking*, el *Outsourcing*, el *Coworking*, el *Home Office*, entre muchas otras.

Tal y como Filippi y Diamant lo indican, “los cambios producidos en el mercado laboral por la mundialización de la economía y la revolución tecnológica han generado irremediablemente, un impacto en los sujetos” (2010, p.13).

En este sentido, si bien es cierto, que ya existen aproximaciones a las problemáticas, entendidas en términos de riesgos psico-sociales (Julio Cesar Neffa, 2015) o sufrimiento, generadas por los actuales paradigmas hegemónicos de producción, incluso desde el psicoanálisis, tal y como lo muestran los aportes realizados por Dejours (2014); se parte de la idea de que los desarrollos llevados a cabo dentro del psicoanálisis por Lacan, como sus



elaboraciones en torno a los discursos, así como de las que siguieron a su enseñanza dentro de la *Orientación lacaniana* con autores como Jacques Alain Miller, Eric Laurent y otros, pueden constituir un importante aporte a los Nuevos Estudios Laborales. Ya que dichos estudios, pueden permitir una comprensión respecto a la incidencia *subjetiva* que las prácticas laborales y las formas actuales de trabajo, tienen sobre los trabajadores y trabajadoras hoy en día, a partir del *Management*.

Con ello, el psicoanálisis de la *Orientación lacaniana*, puede constituir un aporte más, que abone a la multidisciplinariedad propia de los Nuevos Estudios Laborales, introduciendo una perspectiva de estudio y un campo relativo a la subjetividad que hasta el momento no ha sido abordada dentro de los Nuevos Estudios Laborales. En la medida en que la referencia más cercana que hasta ahora existe, es la propuesta desarrollada por los *Critical Management Studies* que, al considerar al *Management* como una tecnología del yo, “contempla, además de las obligaciones que el *Management* impone al individuo en tanto tecnología de producción-comunicación-poder, obligaciones hetero-impuestas, las obligaciones que los individuos se imponen a sí mismos, obligaciones autoimpuestas (Zangaro, 2011)”.

Sin embargo, los hallazgos y la orientación en relación a los sujetos de la época, que de la práctica del psicoanálisis y la conceptualización que de ahí se desprende, sin lugar a dudas, puede representar un importante marco teórico, conceptual y clínico, que permita avanzar en los asuntos relativos a la subjetividad de los trabajadores de nuestra época.

En este sentido, resulta de vital importancia -dada la complejidad que implica la noción de sujeto, según su conceptualización, en cada una de las *praxis* o disciplinas en las que se aborda: sociología, filosofía o derecho, entre otras-, señalar que la noción de sujeto que prevalecerá a lo largo de la investigación y desde la cual son abordados los efectos subjetivos a los cuales se hace alusión en el presente trabajo, consiste en la que fue elaborada y problematizada por Lacan a lo largo de su enseñanza. En la que concibe al



sujeto, como un efecto del lenguaje y su estructura sobre el ser viviente, imprimiendo en él una serie de determinaciones a nivel del inconsciente. Que son singulares, en la medida en que el sujeto para Lacan corresponde a una respuesta única frente a las determinaciones estructurales, a partir de los diferentes sentidos que cada sujeto les puede dar, así como de su manera de posicionarse frente a ellas.

## OBJETIVOS

### Generales

1. Identificar la incidencia que el *Management*, tiene sobre la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras del ámbito administrativo, pensado como discurso hegemónico desde el que hoy en día se llevan a cabo la formación cultural de dichos trabajadores, dando lugar a determinados efectos subjetivos sobre ellos.
2. Estudiar los factores relacionados con la gestión del trabajo y su ejecución bajo la modalidad del *Management*, en distintos niveles de gestión administrativa: empresarial, directivo y/o gerencial.
3. Identificar y analizar los significados producidos por los trabajadores que realizan sus actividades laborales, mediante los modelos de gestión del trabajo propuestos por el *Management* y las prácticas a las que dichos modelos dan lugar.
4. Problematizar y realizar un análisis crítico sobre la incidencia del *Management* en la subjetividad, a partir de la luz que el psicoanálisis de orientación lacaniana pueda aportar sobre dichos efectos.



## Específicos

1. Identificar algunas características sociodemográficas, culturales y económicas de la población que lleva a cabo su actividad laboral bajo las formas de gestión del trabajo propuestas por las teorías organizacionales del *Management*.
2. Detectar las categorías relativas a la incidencia sobre la subjetividad que tiene el discurso del *Management*, en trabajadores y trabajadoras, para poder establecer un análisis crítico sobre los mismos.
3. Analizar algunas categorías conceptuales inherentes a los efectos subjetivos y su incidencia en trabajadores y trabajadoras, que tienen lugar a partir del discurso del *Management* y las prácticas que promueve, así como los modos de relación a las que dicho discurso da lugar.
3. Establecer elementos teóricos conceptuales, surgidos de realidades formativas concretas, que permitan comprender las problemáticas inherentes al *Management*.

## METODOLOGÍA

La presente investigación consiste en un trabajo de carácter cualitativo, que en función de la problemática planteada en relación a la estructura del *Management*, su cultura y la incidencia sobre la subjetividad de los sujetos inmersos en dicha cultura, permita bajo una perspectiva estructural, poner de manifiesto algunas “estructuras y mecanismos psicológicos inconscientes y configuraciones sociales latentes” (Flick, 2015, p.31), a partir de la reconstrucción de las estructuras profundas que dan lugar a la acción y el significado, en el sentido de una conceptualización afín al psicoanálisis y/o de aquellas concepciones objeto-hermenéuticas (Flick, 2015) existentes al interior de la investigación social. De esta



manera, dentro del nivel epistemológico se intentará dar luz sobre el porqué de ciertos fenómenos dentro del campo del *Management*, a partir de la incidencia que su estructura en tanto discurso y su cultura en la actualidad tienen sobre los trabajadores y trabajadoras inmersos en dicha cultura, dentro de un contexto discursivo tan particular como el que ha tenido lugar a partir de la expansión del *Management* como disciplina de formación gerencial y la cultura que desde ahí se promueve.

Por ello, partiendo del planteamiento del problema propuesto para esta investigación, cuyo abordaje se asume puramente cualitativo, dada las características del fenómeno o los fenómenos estudiados, que remiten a la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras inmersos en la cultura del *Management* y de cómo la estructura en tanto discurso inherente a dicha cultura, incide en la subjetividad, por medio de prácticas discursivas específicas (que habrán de revelarse a lo largo del trabajo de investigación); las estrategias metodológicas que se consideraron más pertinentes, como soporte para el desarrollo de la investigación son: el *estudio de caso*, la *historia de vida* y la *investigación documental*.

Dentro de la investigación cualitativa las “estrategias se conciben como modelos o patrones de procedimiento teórico y metodológico [...] Una estrategia de investigación social combina métodos y técnicas, genera o recoge información de fuentes variadas, confronta y valida, mediante distintos procedimientos, resultados obtenidos por diversas vías y produce una comprensión del tema que investiga” (Galeano, 2012, p.19).

Dado el carácter multidisciplinario del *estudio de caso*, al insertarse en la perspectiva cualitativa de investigación social, la cual tiene como objetivo “comprender el significado de una experiencia, e implica el examen intenso y profundo de diversos aspectos de un mismo fenómeno” (Galeano, 2012, p.66), se muestra altamente conveniente para los fines propuestos en la presente investigación. Pues se espera que, de una serie de casos, elegidos de acuerdo con los fines de la investigación, se puedan extraer elementos que permitan dar



cuenta de la incidencia del *Management* en la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras inmersos en su cultura.

Por su parte, *la historia de vida*, resulta ser un elemento fundamental “para el estudio de los hechos humanos, porque facilita el conocimiento acerca de la relación de la subjetividad con las instituciones sociales, sus imaginarios y representaciones simbólicas” (Puyana y Barreto, 1994, p.185). Con ello, la historia de vida permite dar cuenta de la cotidianidad mediante palabras, gestos, símbolos, anécdotas, constituyendo una expresión de la permanente interacción entre la historia personal y la historia social (Puyana y Barreto, 1994), siendo este uno de los aspectos centrales en el desarrollo del presente estudio.

Como se indicó anteriormente, se busca esclarecer y mostrar la forma en que el *Management*, como parte de una historia social particular, situada a partir de la Gran Transformación y el surgimiento de la flexibilización en los procesos del trabajo (De la Garza, 2009), puede llegar a incidir en la subjetividad, por medio del análisis de sus contenidos y formas de transmisión; dando lugar a sentidos que si bien en cada persona pueden ser singulares y únicos también son compartidos, de manera que con ello sea posible extraer coordenadas particulares, susceptibles a establecer puntos con cierto grado de generalización.

De esta manera, tanto el *estudio de caso*, como la *historia de vida* complementada con la *investigación documental*, se consideran, dentro de los objetivos establecidos previamente, las estrategias más convenientes a ser empleadas para el desarrollo de la presente investigación.

En este sentido, los principales modos de aproximación en los que se buscó fundamentar y soportar los planteamientos desarrollados a lo largo de la investigación, fueron la observación participante, el trabajo autoetnográfico y el estudio específico de tres diferentes casos (abordados e integrados de distinta manera, dada su propia naturaleza), a



partir del análisis del discurso de los materiales que se desprendieron de dichas aproximaciones. Intentando con ello elaborar un saber que posibilite dar cuenta de la estructura del *Management*, así como de algunos de sus posibles efectos en la subjetividad de trabajadores y trabajadoras inmersos en su cultura.

De manera que, desde una perspectiva cualitativa, la presente investigación, a través de la observación participante, un trabajo auto etnográfico y un ejercicio documental, apoyándose fundamentalmente en tres estudios de caso, busca permitir “la comprensión de la realidad como resultado de un proceso histórico de construcción por medio de la aproximación a diversos actores sociales en el mundo del *Management*, con una mirada “desde adentro”, rescatando la singularidad y las particularidades propias de los procesos sociales (Galeano, 2012, p.20), que permitan entender, las características constitutivas de la *Management* y la estructura que le es inherente, para de ahí deducir las posibles incidencias de dicho discurso en la subjetividad de trabajadores y trabajadoras de nivel directivo y gerencial, inmersos en su cultura.

De manera que, a nivel *ontológico*, el objeto a estudiar se refiere al sujeto pensado como un efecto del discurso o de la estructura social (determinación del sujeto), pero también como la respuesta (agencia del sujeto) del mismo, acorde a la lógica inherente a uno de los principios éticos más significativos del psicoanálisis, el cual hace referencia a la singularidad de cada sujeto; de cuya lectura y problematización es posible desprender conceptos y teorías explicativas a nivel de lo particular.

Es decir que el concepto de sujeto, pensado desde el psicoanálisis, se refiere a las distintas respuestas que se formulan desde el inconsciente y pueden dar lugar a distintas manifestaciones, como los son los sueños, los lapsus, los actos fallidos y fundamentalmente el síntoma. Entendido como una respuesta, sostenida a lo largo de determinado tiempo, por parte del sujeto ante determinadas condiciones específicas, derivadas del contexto en



el que se desenvuelve y que generalmente se inscriben desde la niñez y se podrán poner de manifiesto a la largo de la vida de distintas formas.

“Lacan dice que el sujeto responde al Otro. Y a mi me ha resultado sumamente interesante pensar que el sujeto es una respuesta. Responde sí, y con ello se aliena al significante promovido fuera de él y responde no, separando una porción de sentido liberador para su existencia. En la respuesta, llave para abrirse paso a la libertad, el sujeto va insertando un rasgo distintivo, no idéntico al niño que le fue propuesto ser” (Flesler,2011, p.64).

En este sentido, es posible situar dos dimensiones relativas al sujeto en cuestión y la incidencia del discurso del *Management* sobre dicho sujeto. La primera tiene que ver con las determinaciones que le vienen de la cultura (denominado por Lacan como Otro), y la segunda con las respuestas singulares de cada sujeto ante dichas determinaciones; que así como pueden manifestarse a través de determinadas invenciones subjetivas, también se pueden revelar por medio de síntomas o malestares específicos. Que si bien se singularizan, en el sentido que cada sujeto le puede aportar a dichos malestares, dichas manifestaciones subjetivas pueden ser compartidas y estar presentes de la misma forma en distintas personas, por medio de determinados malestares como la ansiedad, la depresión, la hiperactividad, entre otros. Con ello, dichos malestares, son susceptibles a encontrar un alcance mayor, dentro de un ámbito más amplio, como lo es el campo del trabajo en el que la cultura del *Management* el lugar en el que se desarrolla.

“Los ordenamientos simbólicos del espacio y el tiempo conforman un marco para la experiencia por el cual aprendemos quiénes y qué somos en la sociedad [...] las formas temporales, o las estructuras espaciales, estructuran no sólo la representación del mundo del grupo sino el grupo como tal, que se ordena a sí mismo a partir de esta representación. La noción de sentido común según el cual <<hay un lugar y un tiempo para todo>> es trasladada a un conjunto de



prescripciones que producen el orden social, al asignar significados sociales a espacios y tiempos” (Harvey, 2012, p.239).

Así mismo, de acuerdo a la naturaleza aproximativa y de generación de conocimiento propia de la perspectiva cualitativa con carácter provisional y flexible, el universo de estudio en el de la presente investigación, fue seleccionado de acuerdo a los objetivos que se establecieron. De forma que, los alcances propuestos, los escenarios y los tiempos que hicieron parte de la investigación (Galeano, 2014), también tomaron en consideración aspectos más generales como el contexto en el que se desarrollan cada uno de los casos de estudio que conforman la investigación.

Sin embargo, lo que se tomó en cuenta, como principal criterio para el desarrollo de los estudios de caso, tiene que ver con el hecho de que el contexto en el que se llevo a cabo la inmersión al mundo y la cultura del *Management* -vía la observación participante, el trabajo autoetnográfico y la historia de vida-, es solidario a la presencia del discurso del *Management* y su cultura; promoviendo y difundiendo contenidos relativos al la cultura del *Management*, propiciando formas específicas de pensamiento, acción y significado de las actividades laborales, forjando estilos de vida muy específicos.

Es decir, que los contextos estudiados y los casos de estudio que compone la investigación, son altamente significativos en cuanto a su carácter cultural, propiciando formas de pensar y estilos de vida a los que el *Management* da lugar, a través de diferentes prácticas; para que de esta manera fuera posible inferir la incidencia que *Management* -por medio de la recolección de datos, sistematización, ordenamiento y análisis de los mismos-, en tanto discurso, es capaz de tener en los trabajadores y trabajadoras inmersos en su cultura.



De manera que, la muestra no probabilística e intencional, así como la selección de los lugares en los que se llevó a cabo la observación participante, está conformada por espacios en los que participan empleados de grandes corporaciones con cargos de niveles directivos y gerenciales dentro de dichas empresas, sin que deban estar circunscritos a un sector de producción específico; en la medida en que se parte del supuesto de que la estructura discursiva del *Management* (que si bien en cada contexto aguarda particularidades y ciertas especificidades), no está limitada a un sector productivo sino que, por el contrario, se encuentra presente de manera transversal en las distintas actividades laborales relativas a la gestión estratégica y operacional de una organización, independientemente de su tamaño.

En este sentido, López Ruiz señala que, a pesar de estar constantemente transitando el planeta, los ejecutivos lo hacen dentro de un tipo de espacialidad particularmente uniforme y acotada: oficinas de grandes centros empresariales, autopistas, salas de espera de aeropuertos, aviones, hoteles de grandes cadenas internacionales, *shopping centers*, auditorios y centros de conferencia. “Es decir, espacios de tránsito, ‘espacios de flujo’ para el tránsito acelerado de personas y bienes, ‘no lugares’ en términos antropológicos” (2014, p.199). Razón por la que la investigación no requiere circunscribirse únicamente a una empresa o una serie de empresas, en la medida en que la espacialidad del *Management*, no está delimitada a un espacio en particular, sino que se extiende a la totalidad de los espacios en los que dichos ejecutivos realizan sus actividades en el día a día.

De esta forma, los espacios explorados, están conformados de una muestra intencionalmente no probabilística, en la que los criterios que se siguieron tomaron en cuenta las características anteriormente señaladas: la presencia trabajadores y trabajadoras inmersos en la cultura del *Management*, así como la transmisión, difusión y promoción de contenidos inherentes al discurso del *Management*.



Además, es importante resaltar que los sectores de actividad de las empresas en los que los actores y sujetos de estudio realizan su actividad laboral, son a su vez “también muy diversos: bebidas, farmacéutico, logística, tecnología y computación, telecomunicaciones, transporte, electrónico, higiene, limpieza y cosméticos; pinturas, consultoría” (López Ruiz, 2014, p.2013), en la medida en que como se indicó, se parte de un principio de transversalidad constitutivo del discurso del *Management*, sin que este necesariamente cuente con un lugar o tiempo específico, según los planteamientos de López Ruiz en su trabajo sobre el *ethos* de los ejecutivos.

Sin embargo, ello no implica desconocer las especificidades presentes en cada organización, tales como su tamaño, país de origen de las matrices, entre otros; dado que se considera que estas especificidades, en algún punto pueden llegar a jugar un papel importante en la configuración de determinadas particularidades, que más allá de lo estructural, resulten de relevancia para la comprensión de la repercusión que el *Management*, en tanto discurso, pueda tener en los trabajadores y trabajadoras inmersos en su cultura.

## FENOMENOLOGÍA

Por otra parte, en función del problema planteado para la realización de la presente investigación, referente a la incidencia subjetiva que el *Management* en tanto discurso puede tener en la subjetividad de los trabajadores de nivel directivo o gerencial, la fenomenología constituye un importante referente para el abordaje del problema propuesto. Ya que, como Martínez lo indica, la fenomenología como perspectiva metodológica, permite aprehender realidades “cuya naturaleza y estructura peculiar sólo pueden ser captadas desde el marco de referencia del sujeto que las vive y experimenta” (2004, p.137), dado que no se trata de estudiar una realidad externa ni objetiva, sino aquella que en esencia depende de la manera en que el sujeto la vive, la percibe y la experimenta.



De modo que, en los casos de estudio incluidos en la investigación, fue necesario incluir algunos aspectos relativos a la realidad interna, personal, única y propia de algunos de los actores que forman parte de los casos de estudio realizados en la investigación. Ya que si bien, se trata de pensar el discurso del *Management* como una estructura que incide de alguna manera en la subjetividad de las personas inmersas en su cultura, no por ello se puede dejar de reconocer la agencia inherente a cada sujeto, así como los significados que cada uno le aporta a lo que acontece.

Cabe recordar que, en la fenomenología, “el abordaje de un fenómeno requiere suspender los juicios previos que puedan producir distorsiones subjetivas. Esta suspensión temporal de los juicios es llamada *epokhé* por Husserl y constituye una actitud clave en el proceso investigativo, como llamado a permitir que el fenómeno hable desde sí mismo” (Ángel, D, 2011, p.18). Por lo que, por medio de la implementación de la fenomenología como marco epistemológico de la investigación, es posible despejar algunos elementos significativos, relativos a la estructura del *Management* y su incidencia en la subjetividad de los ejecutivos inmersos en su cultura, más allá de cualquier supuesto inicial del que parte la investigación, en la medida en que su implementación, permitió la revelación de determinados elementos constitutivos del discurso del *Management* y su influencia sobre la subjetividad.

De manera que, la investigación aborda distintos niveles de incidencia. En primer lugar, lo *particular*, que en este caso corresponde a la forma en que los sujetos pertenecientes al campo de los nuevos procesos productivos y de gestión del trabajo bajo la lógica inherente al *Management*, de niveles directivo y gerencial, son afectados por dicha lógica. En segundo lugar, el nivel de lo *singular*, el cual tiene que ver con la manera en que cada sujeto significa dichos procesos, así como la respuesta que cada uno establece respecto a la lógica inherente a los procesos de gestión promovidos desde el *Management*. Y finalmente, el nivel de lo *universal*, que desde la perspectiva fenomenológica consiste en el hecho de descubrir las estructuras esenciales, en la medida en que no se trata tan sólo de describir



determinado fenómeno, que en este caso corresponde a la incidencia de *Management*, sobre la subjetividad de los trabajadores, sino en “descubrir en él la esencia (el *eídos*) válida universalmente” (Martínez, 2004, p.139).

Así mismo, para la implementación de la fenomenología como método rector de la investigación, se consideró pertinente el apoyo en la *investigación documental*, la *autoetnografía*, la *historia de vida* y el *estudio de caso* como estrategias metodológicas, que se implementaron para el desarrollo de la investigación, por las razones que de cada una de ellas a continuación se describen.

## ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS:

### a) INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.

Tal como Galeano señala, en la investigación documental no se requiere “que el investigador participe del mundo que estudia” (2012, p. 113), pues su trabajo lo realiza desde afuera. Sin embargo, dicha estrategia de investigación resulta de suma utilidad en los momentos de preparación para la implementación de otras estrategias, como la *historia de vida* y el *estudio de caso*. La *investigación documental* aporta elementos que contribuyeron a la selección de los casos estudiados, el análisis de datos y la triangulación de la información, contando con “un conjunto de categorías sensibilizadoras que sirvan para pensar al entrevistado, para hacer las preguntas más fructíferas, que despierten sus recuerdos y le permitan explayarse sobre los temas” (Mallimaci y Giménez, 2006, p.191).

Sin embargo, es necesario aclarar que la investigación documental no sólo constituye una técnica de recolección y validación de la información, sino que “cuenta con particularidades propias en el diseño del proyecto, la obtención de información, el análisis y la interpretación” (Galeano, 2012, p 114). Por ello, resulta necesario contar previamente con



una definición clara del tema explorado -la incidencia del *Management* sobre la subjetividad de los trabajadores de nivel directivo y gerencial-, así como de una delimitación conceptual ligada a la relación entre el psicoanálisis de *Orientación lacaniana* y los *Nuevos Estudios Laborales*. Además del tiempo, espacio y contexto, en la que dicha incidencia sobre la subjetividad tiene lugar, que históricamente se sitúa a partir de la Gran Transformación en los procesos productivos y de gestión del trabajo, que tuvieron lugar desde el surgimiento del Toyotismo.

En este sentido, cabe destacar que resulta de mucha utilidad y orientación el trabajo realizado por López Ruíz, respecto al *Ethos* de los ejecutivos, al que se ha hecho referencia, en el que destaca la importancia del trabajo documental previo al acercamiento a los informantes a quienes se les realizaron las entrevistas en su trabajo de investigación; en la medida en que el trabajo de investigación documental permite la existencia de un lenguaje compartido, que favorece un mejor flujo y aprovechamiento de los casos estudiados y la aproximación a los mismos.

Es decir que, según López Ruiz, en la primera fase:

el trabajo de campo no significó todavía un contacto directo con los ejecutivos. Era necesario una inmersión en la lectura de revistas del mundo de los negocios como fuente más directa y `cotidiana´ de un mundo corporativo al que nos habíamos aproximado, hasta el momento, a través de otras fuentes documentales como libros de *management*, desarrollo de personal en la empresa o discusiones teóricas desde la economía o las ciencias sociales que de alguna forma trataban del asunto. Revisamos entonces revistas internacionales como *Fortune*, *Forbes*, *Busines Week*, *The Economist*, *Harvard Business Review* (2014, p.206), entre otras.

De esta manera, resultó de vital importancia, dentro de la ejecución de la investigación, la realización de un exhaustivo trabajo documental, que permita el acercamiento a los ejecutivos que componen el universo de estudio de una manera más próxima y fluida.



## b) HISTORIA DE VIDA.

Por otra parte, el empleo de la *historia de vida* también constituyó una estrategia metodológica fundamental para el desarrollo de la investigación desde una perspectiva fenomenológica, en la medida en que el método fenomenológico es muy general y no constituye propiamente un procedimiento detallado, “corresponde a cada estudio, según el objeto abordado, diseñar su propia manera de acercarse al objeto de su estudio” (Ángel Pérez, 2011, p.19). De manera que, si partimos de la idea de que el objeto de estudio del presente trabajo se encuentra conformados por la subjetividad de ejecutivos de nivel directivo y gerencial y que lo que se pretende alcanzar tiene que ver con los sentidos y significados singulares y particulares de cada uno, la historia de vida, representa importante una vía de acceso a los mismos; puesto que se trata de la incidencia subjetiva que el *Management* ha tenido a lo largo de su trayectoria laboral y de vida, dentro de las corporaciones en las cuales han desempeñado su actividad laboral.

Recordemos entonces que, la historia de vida como estrategia metodológica, intenta mostrar la forma en que un individuo reacciona ante las normas sociales y su contextualización sociohistórica (Galeano, 2012) por lo que, dentro de la investigación cualitativa, la historia de vida es considerada una técnica, una estrategia o bien un método de investigación, que de más detallada se pueden entender como:

una modalidad de investigación cualitativa encaminada a generar visiones alternativas de la realidad social mediante la reconstrucción de vivencias personales. Es un proceso de reconstrucción que compromete la vida y realidad del actor social produciendo una valoración social subjetiva frente a la sociedad y la cultura, ubicando las relaciones que ese individuo establece con otros grupos y organizaciones sociales y colocándose frente a diversas esferas de su vida personal, política y social. En la historia de vida se entrelaza el tiempo individual con el tiempo social relacionando elementos biográficos con elementos históricos sociales recorridos por el sujeto en su ciclo vital, individual o familiar (Vélez, 2000, p.39).



Se busca que la historia de vida permita expresar y formular lo vivido por el sujeto que forma parte del estudio de caso, a partir de su trayectoria dentro de la empresa en las que ha desempeñado su actividad como directivo, y que a partir del pertinente análisis de la información, sea posible circunscribir aquello que se pueda ser considerado como efectos del discurso del *Management* sobre los trabajadores y trabajadoras inmersos en la cultura a la que da lugar. Es decir que, como se ha venido indicando, por este camino se intenta ir de lo singular a lo particular y a partir de ahí ampliar el alcance de los hallazgos, si la información (en relación a los efectos subjetivos que el *Management*, en tanto discurso puede acarrear sobre la subjetividad de este tipo de trabajadores) obtenida así lo permite. Así, la historia de vida, según Ferrarotti, se “presenta entonces como una historia de constricciones que pesan sobre el individuo –un conjunto de condicionamientos más o menos determinantes-, y al mismo tiempo como un complejo de estrategias de liberación, que el individuo pone en juego aprovechando las ‘buenas ocasiones’, los atisbos intersticiales” (2007, p.28).

Se trata de que, a través de la *historia de vida* como estrategia metodológica, sea posible obtener datos relevantes respecto a la manera en que ejecutivos de niveles directivo y/o gerencial, viven, experimentan y significan su actividad laboral y su vida en general, a partir de la presencia del discurso del *Management* y la cultura en la que se encuentran inmersos. Pensado el *Management*, como la estructura en la que se enmarcan los actuales modelos producción y gestión del trabajo, a partir de la reestructuración productiva, la Gran Transformación y el surgimiento del Toyotismo, incidiendo así de manera particular en los modos de organización de la vida y del trabajo de los ejecutivos que realizan su actividad laboral a partir de ella.

Por lo tanto, se parte de la idea de que el valor de la *historia de vida*, como estrategia metodológica al interior de las ciencias sociales radica en el hecho de que no sólo proporciona información acerca de un sujeto individual, sino que puede buscar expresar, a



través del relato de una vida, problemáticas y temas de la sociedad o de algún sector de esta (Mallimaci y Giménez, 2006, p.177).

### c) ESTUDIOS DE CASO.

En lo que respecta al estudio o estudios de caso, según Galeano (2004), fue en los EE.UU, donde la Escuela de negocios de la Universidad de Harvard, sistematizó, estructuró e introdujo el estudio de caso como método de trabajo pedagógico en la enseñanza del derecho y en la preparación de directivos empresariales, para posteriormente devenir en una estrategia metodológica al interior de las ciencias sociales. Sin embargo, dentro de las dificultades que se presentan para esta estrategia metodológica, están las que tienen que ver con la tentativa de definir su empleo, dada la multiplicidad de formas, la diversidad de disciplinas que la emplean y la manera en que cada una de ellas lo hace. Sin embargo, en el marco de la investigación cualitativa, el estudio de caso se inserta en la investigación de carácter naturista, intensiva, holística y heurística.

Así mismo, según Arzaluz “el término <<estudio de caso>> tiene su origen en la tradición médica y psicológica” (2005, p.109) y se utiliza para dar cuenta del análisis minucioso de un proceso individual que explica la dinámica y la patología de una enfermedad. Con lo cual supone que es posible conocer un fenómeno partiendo de la explicación intensiva de un solo caso. Es decir que, a partir de la singularidad de un caso y del pertinente análisis de la información, es posible establecer determinadas coordenadas más generales que permitan dar cuenta del problema planteado.

Así mismo, en la presente investigación, dado su carácter y el planteamiento de la problemática que busca establecer una interlocución posible entre en Psicoanálisis de Orientación Lacaniana y los Nuevos Estudios Laborales a partir de la incidencia del



*Management* sobre la subjetividad de los ejecutivos, echando mano del uso que en el campo del psicoanálisis de orientación lacaniana se hace de los casos (Berenguer, 2018) , se propone llevar a cabo un trabajo de construcción de casos a partir de la información recolectada por medio de las historias de vida que se realicen durante el trabajo de campo.

Con ello, se buscó establecer un ordenamiento que permitiera dar cuenta de los hallazgos producidos tanto en lo singular como en particular y universal, de cada caso estudiado, de acuerdo al universo de estudio establecido en la investigación para la realización del trabajo de campo. De forma que, bajo la forma de testimonio cada caso, a su manera, permitió aproximarse a la problemática establecida en la investigación, respecto al *Management* y su incidencia sobre la subjetividad de cada uno de los llamado líderes de las organizaciones.

Dado que el “caso en psicoanálisis no responde a la lógica ni a los ideales de objetividad de la ciencia, tampoco a los que el discurso del amo en turno promueve, sino que, por el contrario, corresponde a una construcción por parte del analista, que responde a uno de los principios fundamentales del psicoanálisis, instaurado desde Freud, que es la singularidad de cada caso” (España, 2020, p. 49), se considera que el estudio de caso a partir de la construcción de los mismos, puede resultar una herramienta útil que permita mostrar las características del *Management* y la manera en que este incide en los líderes de las organizaciones. De manera que, a través de los casos, se intentó dar cuenta de la realidad desde la que el sujeto vive, percibe y experimenta la cultura del *Management*, en correspondencia a los fines planteados para la presente investigación.

En este sentido, Laurent sostiene que en “la lectura que hace de los casos de Freud, Lacan <<eleva el caso al paradigma>>, al rango de <<el ejemplo que muestra>> las propiedades formales” (2009, p.15), es decir que, para Lacan, el paradigma hace surgir la estructura, como también los elementos de sustancialidad en la vida de un sujeto que se repiten y permutan. Lo que quiere decir que, por medio de la construcción del caso (a partir de las historias de vida) y estudio sobre el mismo, se busca extraer aquellos elementos que, por



su reiteración e insistencia en distintos casos, puedan establecerse como estructurales. De forma que, cada caso pueda ilustrarlos de manera clara, mostrándose como paradigma de los hallazgos alcanzados durante el desarrollo de la investigación.

Finalmente, si se sigue el planteamiento de que el método de estudio de caso es adecuado para investigar fenómenos en los que se busca dar respuesta a cómo y por qué ocurren (Martínez Carazo, 2006), se observa la pertinencia de la inclusión de la construcción y estudio de caso, en un abordaje que se propone fenomenológico, en la medida de que lo que se persigue son precisamente esos cómo y por qué en relación a la incidencia del *Management* sobre los ejecutivos, en función de los sentidos y experiencias que cada uno de ellos le pueda aportar a las prácticas de gestión del trabajo que tienen lugar desde el *Management*. Ya que al igual que la *historia de vida*, el *estudio de caso*, como complemento, permite aproximarse a un saber sobre lo subjetivo, que es el objetivo fundamental del método fenomenológico; en la medida en que, para la fenomenología, la conciencia siempre tiene una intencionalidad, siempre es conciencia de algo y está ligada a un objeto. (Ángel, 2011).

## FASES DE LA INVESTIGACIÓN:

Dicho lo anterior, y habiendo justificado la elección de las estrategias metodológicas en función del carácter de la investigación y la información que se buscó obtener a partir de su implementación, a continuación, se presentan las distintas fases en las que se llevó a cabo la ejecución y el desarrollo de la investigación, en función del objetivo planteado en la misma.

### 1. EXPLORACIÓN.



Mediante la realización de una investigación documental, se buscó que esta fase de la investigación permitiera la búsqueda y selección de información que pudiera resultar relevante para la construcción del cuerpo teórico de la investigación, mediante el rastreo e inventario de documentos y fuentes disponibles en relación con la problemática planteada. Ya que, de acuerdo con la metodología de la investigación documental propuesta, Tancara señala que “debemos recurrir a un **proceso de afinamiento**, tanto del tema como del problema y su respuesta explicativa, mediante una selección y búsqueda de información pertinente en **documentos.**” (1993, p.91)

Por lo tanto, se llevó a cabo una lectura cuidadosa y detallada de los documentos seleccionados, así como la elaboración de notas que permitieron localizar patrones, puntos de recurrencia, tendencias, convergencias, para que de la lectura cruzada y comparativa de distintos documentos, fuera posible extraer los temas centrales (Galeano, 2012) correspondientes a *Management* como práctica discursiva que organiza las actuales formas de gestión del trabajo.

Además de ello, en esta fase de la investigación, como en las demás, resultó de vital importancia la socialización y discusión de los avances en este terreno con la comunidad epistémica, como un medio de validación de la construcción alrededor de la problemática planteada, así como de los hallazgos que a este nivel fue posible ir obteniendo.

A nivel de la implementación de esta fase, a partir del análisis emprendido fue posible genere conocimiento útil, que también constituyó un aporte para las fases subsecuentes de la presente investigación. En la medida en que un sólido estado del arte constituye en sí mismo una investigación de carácter documental “que tiene como objetivo recuperar sistemática y reflexivamente el conocimiento acumulado sobre un objeto o tema central de estudio” (Galeano, 2012, p. 140). De esta manera, fue posible realizar una evaluación y un balance sobre el conocimiento acumulado que permitió una serie de proyecciones, así



como el establecimiento de las líneas para el desarrollo de posibles investigaciones subsiguientes.

## 2. ESTABLECIMIENTO DE LOS CASOS DE ESTUDIO.

Partiendo de la idea de que el Estudio de Caso, constituiría la estrategia metodológica principal dentro de esta investigación y que según Mallimaci y Giménez (2006), su realización constó de tres etapas: *exploración y aproximación a espacios inherentes al discurso del Management, la preparación y armando de los casos de estudio y; el análisis y escritura de los resultados*: el desarrollo de la presente investigación, después de la fase de la exploración orientada a partir de la implementación de la investigación documental, se procedió a la elaboración, definición y establecimiento de los casos de estudio para llevar a cabo el trabajo de campo y el construcción de los casos, a partir de la información que la investigación documental arroje.

De manera que, considerando lo anterior, todo caso de estudio puede ser potencialmente fructífero para comprender las experiencias individuales, grupales, sociales, y en cada uno el investigador o la investigadora podrá buscar la comprensión de los horizontes de sentido y las lógicas que articulan las acciones (Mallimaci y Giménez, 2006, p.188). Por lo tanto, al momento de elegir los casos estudiados, se tomó en consideración, las distintas características del universo que conformaron cada uno de los casos estudiados, de manera que contribuyeran a responder el cómo y porqué de la indecencia de *Management* sobre la subjetividad de cada uno de los ejecutivos.

## 3. TRABAJO DE CAMPO.



El trabajo de campo, dadas las condiciones de la investigación, consistió fundamentalmente, en el construcción y análisis de los casos de estudio tomados en consideración: WOBI, Oso Trava y Simon Cohen. Por lo que, como se señaló anteriormente, se trató de un universo de estudio de carácter intencional y no probabilístico. Buscando participar en cada uno de ellos, “de manera discreta en el contexto en el que se desarrolla el estudio, para analizarlo, describirlo en los términos de quienes están dentro del mismo” (Galeano, 2012, p.92).

Para dicho fin, se buscaron distintas formas para generar las condiciones para asistir a distintos espacios, como congresos, seminarios y eventos de carácter empresarial, que permitieron participar en los escenarios en los que naturalmente se desenvuelven las personas inmersas en la cultura del *Management*, con las características y fines planteadas en la investigación; además de ser espacios propicios para la localización y el establecimiento de un posible contacto con ejecutivos de niveles directivo y gerencial de distintas empresas transnacionales de distintos sectores productivos.

Una vez establecidos los casos de estudio, durante el trabajo de campo resultó de vital importancia llevar a cabo un registro sistemático, riguroso y cuidadoso de la información recabada respecto a las características del discurso del *Management* y los ejecutivos inmersos en su cultura, por medio de la grabación de voz y/o y su correspondiente análisis.

#### 4. ANÁLISIS DE DATOS.

Sin lugar a dudas, además de la recolección de la información y su adecuado respaldo, el análisis de los datos constituye una fase fundamental dentro del proceso de una investigación. Sin embargo, es importante tener presente que el análisis como tal es un proceso permanente, secuencial e interactivo, en la medida en que inicia desde el momento en el que se plantea el problema a investigar, se selecciona la metodología, las distintas



estrategias metodológicas, así como en el registro mismo de la información (Schettini y Cortazzo, 2015).

Además, es importante tener presente que el análisis de la información “implica seleccionar alternativas de interpretación de los datos, de acuerdo con los propósitos del estudio, y desarrollar postulados o hacer generalizaciones acerca del caso” (Galeano, 2012, p.75), para lo cual se buscó establecer patrones o categorías que permitieran el ordenamiento de la información y la triangulación de la misma, en función de las estrategias que se emplearon para el desarrollo de la investigación.

Por ello, es importante no perder de vista que también se optó también por la construcción y estudio de caso como estrategia metodológica, en la medida en que se intentó construir por medio de la información recabada en las distintas aproximaciones que se tuvieron en cada uno de los casos que fueron estudiados. Por lo tanto, en la investigación, la construcción de los casos también formó parte del proceso de sistematización y análisis de la información, sobre la que se apoyó la triangulación con la información obtenida mediante la observación participante, el trabajo autoetnográfico, la historia de vida y la investigación documental.

## 5. TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Así como la recolección de la información y su análisis, a partir del establecimiento de etiquetas y categorías, permitió su ordenamiento y, por lo tanto, la posibilidad de obtener datos que resultaron relevantes para la investigación; la triangulación de los casos de estudio en el análisis que se realizó de cada uno, resultó fundamental para alcanzar la validez necesaria que se espera de cualquier investigación que se jacta de serlo. De manera que, para la efectuación de la triangulación, se llevó a cabo el uso de las distintas fuentes, tanto internas como externas; técnicas de recolección, como lo fue el material (grabaciones



de audio, de video y transcripciones) producido a lo largo del desarrollo de la investigación, tomando en consideración las estrategias metodológicas seleccionadas para el desarrollo de la misma (*investigación documental, historia de vida y estudios de caso*).

## 6. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y CONSTRUCCIÓN TEORICA A PARTIR DE LOS HALLAZGOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN.

Finalmente, se presentan los resultados obtenidos como consecuencia de la efectucción de las fases aquí propuestas, así como la elaboración teórica sobre los mismos, de manera que sea posible llevar a cabo presentaciones en distintos espacios académicos como congresos y seminarios, además de la redacción de artículos y distintos tipos de publicaciones. De forma que dichos resultados puedan ser discutidos al interior de la comunidad epistémica propia del campo en el que tema, que se propone abordar en la presente investigación, se encuentre inscrito.

La investigación se propuso entonces, llevar a cabo un trabajo de tipo cualitativo, desde una perspectiva estructural, al partir del supuesto de “estructuras y mecanismos psicológicos inconscientes y configuraciones sociales latentes” (Flick, 2015 p.31); y así intentar la reconstrucción de estructuras profundas que generan la acción y el significado en el sentido de las concepciones psicoanalíticas u objeto-hermenéuticas (Flick, 2015), que dentro del nivel epistemológico permita dar luz respecto al *porqué* de ciertos fenómenos dentro de las prácticas laborales de hoy en día; en la medida en que se propuso situar las relaciones entre los elementos que constituyen el discurso del *Management* y los efectos subjetivos que puedan producirse en ciertos trabajadores y trabajadoras, que llevan a cabo sus actividades laborales dentro del contexto discursivo constituido por el *Management* y las prácticas de flexibilización en los procesos de gestión del trabajo que de él se desprenden.



Dado el carácter cualitativo de la investigación y la pregunta en relación a ¿Cuáles son los efectos subjetivos que el *Management*, como dispositivo de control de los procesos de trabajo en diferentes niveles de gestión, tiene sobre los trabajadores del nivel directivo y gerencial en la actualidad?; y que la investigación se plantea desarrollar y formular algunas respuestas posibles, las principales estrategias que se siguieron (como ya se mencionó) fueron el *estudio de caso*, la *historia de vida* y la *investigación documental*. Ya que dentro de la investigación cualitativa las “estrategias se conciben como modelos o patrones de procedimiento teórico y metodológico [...] Una estrategia de investigación social combina métodos y técnicas, genera o recoge información de fuentes variadas, confronta y valida, mediante distintos procedimientos, resultados obtenidos por diversas vías y produce una comprensión del tema que investiga (Galeano,2012, p.19).

Dado el carácter multidisciplinarios del estudio de caso, al insertarse en la perspectiva cualitativa de investigación social, que tiene como objetivo “comprender el significado de una experiencia, e implica el examen intenso y profundo de diversos aspectos de un mismo fenómeno” (Galeano, 2012, p.66), se muestra altamente conveniente para los fines propuestos en la presente investigación.

Por su parte, la historia de vida, resulta ser un complemento al suponer “la recuperación sistemática de un corpus de información acerca de sujetos que vivieron un hecho histórico, o de situaciones o contextos socioculturales que el investigador pretende comprender desde el discurso de sus protagonistas” (Galeano, 2012, p.91).

De manera que tanto el estudio de caso, como la historia de vida, complementada con la investigación documental se consideran, dentro de los objetivos establecidos en la investigación, las estrategias más convenientes a ser empleadas para el desarrollo de dicha investigación.



En este sentido, la técnica principal en la cual se buscará fundamentar y soportar los planteamientos desarrollados, a lo largo de la investigación, fue el análisis del discurso que permita la construcción de los sentidos y significados, singulares y particulares, de cada uno de las personas que integran los distintos casos de estudio, a partir del análisis del discurso en el plano de la enunciación. Intentando con ello elaborar un saber, que permita dar cuenta sobre los efectos subjetivos que *Management*, tenga sobre los trabajadores, así como de las condiciones de estructura que da lugar a dichos efectos subjetivos.

Es decir que, acorde a la perspectiva cualitativa, la presente investigación, a partir del análisis del discurso y un ejercicio documental, se buscó dar lugar “a la comprensión de la realidad como resultado de un proceso histórico de construcción a partir de la lógica de los diversos actores sociales, con una mirada “desde adentro”, y rescatando la singularidad y las particularidades propias de los procesos sociales (Galeano, 2012, p.20), que permitan entender, los efectos subjetivos del *Management*, en los trabajadores y trabajadoras, por medio de conceptos y planteamientos teóricos, que constituyan un aporte, desde el psicoanálisis a los Nuevos Estudios Laborales.

En este sentido, dentro del nivel *ontológico* de la presente investigación, en la que el objeto a estudiar se refiere al sujeto pensado como efecto (determinación del sujeto) pero respuesta (agencia del sujeto) de la estructura social en la que está inmerso, y de acuerdo a la lógica inherente a uno de los principios éticos más significativos del psicoanálisis, constituido por la singularidad de cada sujeto; de cuya lectura y problematización es posible desprender conceptos y teorías explicativas a nivel de lo particular.

Así mismo, acorde a la naturaleza aproximativa y de generación de conocimiento propia de la perspectiva cualitativa con carácter provisional y flexible, los casos de estudio bajo los cuales se realizó el trabajo de campo de la presente investigación, fueron seleccionados de acuerdo a los objetivos del presente trabajo, argumentando entonces, a partir de los alcances que se propone, la decisión sobre “los informantes, escenarios y tiempos que



harán parte de la muestra” (Galeano, 2014, p.43), tomando también en consideración ciertos aspectos más generales como como la edad, el género, el grados de estudios y nivel de ocupación dentro de determinada organización, entre otros.

Sin embargo, lo que se tomó en cuenta como principal criterio, es el hecho de que la actividad laboral, de cada uno de los sujetos que forman parte de la investigación, se realice a través de los modelos de gestión trabajo a los que el *Management* da lugar a partir de diferentes prácticas; para que de esta manera, fuera posible vislumbrar, a partir de la recolección de datos, sistematización, ordenamiento y análisis de los mismos, las características estructurales del discurso del *Management*, así como los efectos subjetivos que dicho discurso es capaz de producir en las personas inmersas en la cultura a la que da lugar.

De manera que, en la selección y construcción de los casos de estudio, constitutivos de la investigación, se buscó que puedan ser incluidos distintos niveles de gestión de las empresas, principalmente gerencial y directivo, sin necesariamente, ser circunscritos a un sector de producción en específico; dado que se parte del supuesto de que la estructura discursiva del *Management*, si bien en cada contexto guarda sus particularidades, no está limitada a determinado sector productivo sino que, por el contrario, se encuentra presente en la mayor parte de las actividades laborales, relativas a la gestión estratégica y operacional de una organización, independientemente del tamaño de la misma.

Sin embargo, con ello, no se pretende que se dejen de considerar las especificidades presentes en cada organización, tales como su tamaño, el sector al que pertenecen y otros; dado que se considera que estas pueden jugar un papel importante configurando determinadas especificidades, que más allá de lo estructural, resulten relevantes para la comprensión de los efectos que *Management* como discurso tenga en los trabajadores y las trabajadoras.



Por lo tanto, si bien en un inicio, la propuesta de trabajo metodológico está constituida por lo señalado anteriormente, no se descarta que en el transcurrir del proceso de la investigación, se revelen elementos que no son considerados en este momento, pero que en el desarrollo se muestren que sean necesario considerar, para alcanzar la fundamentación ontológica, epistemológica y metodológica, deseable para cualquier investigación dentro del campo de los Nuevos Estudios Laborales.

## CASOS DE ESTUDIO

### EL MANAGEMENT Y LA PANDEMIA

Debido a que, desde el mes de marzo de 2020, el mundo entero se ha visto afectado por la pandemia del COVID-19, y México no ha sido la excepción, algunos elementos del trabajo de investigación **“Subjetividad y Management: el discurso capitalista y su incidencia sobre la subjetividad del trabajador en el S. XXI”**, se vieron en la necesidad de ser replanteados, en función de la idea que originalmente se propuso respecto a ella.

Sin embargo, dichas modificaciones lejos de afectar su desarrollo de la investigación, por los resultados hasta aquí obtenidos -relativos al trabajo de campo que se realizó- se vio potenciado a raíz de las posibilidades que la aceleración en los procesos de transformación digital ha tenido lugar, como consecuencia de las modificaciones que han tenido lugar en el mundo desde el inicio de la Pandemia.

Por otra parte, los sucesos que se presentaron desde inicios de la pandemia de COVID-19, constituyen una prueba más de los planteamientos esbozados en el trabajo de investigación. Dado que uno de los elementos centrales, en lo que a las incidencias del *Management* sobre la subjetividad XXI se refiere, tiene que ver con el hecho de que la ideología y las prácticas que derivan del *Management*, se rigen sobre la estructura discursiva que Lacan ciñó a partir de lo que situó como Discurso Capitalista. Que en



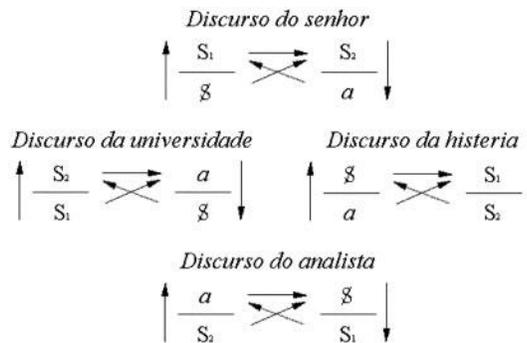
comparación con lo que es el Discurso del Amo, se caracteriza por su profunda flexibilidad y capacidad de adaptación, en beneficio de la obtención de lo que en el campo del psicoanálisis se conoce como goce. Y que en lo económico es posible situar a partir de la plusvalía o rentabilidad que, a partir de la pandemia, se vio potencializada en el caso de algunos sectores económicos, como en aquellas empresas cuya actividad se refiere al campo del *e-commerce*.

En este sentido, en lo que al Neoliberalismo se refiere, Miquel Bassols señala que:

Se consume y se consume en la pérdida sin contar con ella, o contándola como ganancia, haciendo de la pérdida de goce un goce en sí mismo. Es también la hidra devoradora del goce, clara imagen del imperativo -¡Goza siempre un poco más!- que consume al sujeto de nuestro tiempo y que encontramos tanto en la privacidad de la consulta de analista como en los fenómenos de masa que arrastran consigo a toda política que siga este imperativo (Leserre, 2019, p.11).

De manera que, tomando en consideración los distintos modos de lazo social propuestos por Lacan, que denominó discursos, es posible llevar a cabo una lectura sobre la recientemente transformación producida en el mundo del *Management*.

Dichas estructuras discursivas, que en su origen son cuatro (Discurso del Amo, Discurso Histórico, Discurso del Analítico y Discurso Universitario), se encuentran compuestas, por cuatro lugares fijos (Agente, Otro, Verdad y Producto) y cuatro elementos ( $S_1$ ,  $S_2$ ,  $\$$  y *objeto a*).



(Lacan, 1992/ 1969-1870, p.29)

Sin embargo la relación existente entre el Discurso de Amo y el Discurso Capitalista, se establece a partir del intercambio de dos elementos:  $S_1$  (Significante amo) y  $\$$  (sujeto), que se encuentran invertidos: en el discurso del amo el  $S_1$  se encuentra en la parte de arriba a la derecha y el  $\$$  en la parte de abajo a la derecha, mientras que el discurso capitalista  $S_1$  estará dispuesto en la parte de abajo y el  $\$$  en la parte de arriba.



(Pavón-Cuellar, 2019)

Entre otras cosas, eso significa: que mientras, en el discurso de amo, el amo se localiza en lo que Lacan llama el lugar del agente, en el caso del discurso capitalista, se encuentra en el lugar de la verdad, además de estar velado; sin que nadie sepa en realidad quién dirige o comanda la estructura. De manera que, se puede pensar aquí en la lógica que opera el



Mercado, que encuentra su mejor representación en el sistema financiero, cuyo rostro desconocemos y sin embargo determina el día a día de millones de personas, sin que nadie sepa a ciencia cierta por quién es dirigido.

[...] el neoliberalismo opera como discurso del amo imponiendo un lazo o vínculo social de riesgo bajo la ilusión de una autonomía yoica [...] Por lo tanto pensamos que el estatuto que da la razón neoliberal al yo autónomo, al empresario de sí mismo, es efecto e instalación del mismo como discurso amo (Leserre, 2019, p.76).

Por otra parte, otro punto a destacar, dentro de la relación discurso del amo-discurso capitalista, es el hecho de la anulación de la doble barra de la imposibilidad (que se simboliza por medio de dos diagonales: //) presente en todos los discursos (Histórico, Amo, Analítico y Universitario), que constituye el punto límite inherente a toda estructura y lazo social. Sin embargo, en el discurso capitalista, la doble barra es sustituida por dos vectores entre cruzados que, junto con la inversión de los vectores laterales, introducen una continuidad que impide que en algún punto el discurso capitalista pueda detenerse. Estableciendo así, un circuito sin fin, en el que el sujeto -que se localiza en la parte de arriba a la derecha-, en apariencia es el agente de dicho discurso (consumidor) por el lugar en el que se encuentra, cuando en realidad -por efecto del funcionamiento de dicho discurso- es producto de aquello que le es puesto a disposición bajo la forma del *objeto a* (representado por cualquier producto o servicio susceptible a serle ofrecido al sujeto ya sea para su consumo o para su producción). Es decir que, bajo la lógica operada por el discurso capitalista, el sujeto lejos de ser el agente, se torna en el efecto de la operación del discurso capitalista (Mercado), terminando por ser el desecho producido por su propio consumo.



Una de las razones por las que no podemos acabar con el capitalismo es precisamente su movimiento continuo que lo retroalimenta y que no deja ningún intervalo, ningún espacio para la resistencia, ninguna pausa para que se le detenga, se le cuestione, se le conteste o se le hagan objeciones. Por esto y por más, el discurso capitalista, como dice Lacan, es “locamente astuto” [*follement astucieux*] y “no puede funcionar mejor” [*ça ne peut pas marcher mieux*]. Otra de las evidencias de su astucia y de su excelente funcionamiento es que le otorgue al propio sujeto (\$) el privilegio y la satisfacción de encabezarlo, de actuar como su agente, en vez de imponerle, como el discurso del amo, un agente extraño, un significante amo (S1) como un ideal cultural o cualquier otra entidad simbólica” (Pavón-Cuellar, 2019, párr. 3).

De ello es posible dar cuenta desde la experiencia obtenida a través del trabajo de campo realizado en el trabajo de investigación. En el que se puede observar, tanto en una serie de acciones emprendidas por aquellos representantes del discurso de *Management*, generadores y promotores de dicho contenido, como por los programas de formación y las ideas a los que se pudo acceder en el transcurso del trabajo de campo que se realizó.

El presente trabajo, es resultado del trabajo de exploración que fue realizado como parte de la investigación “**Subjetividad y Management: el discurso capitalista y su incidencia sobre la subjetividad del trabajador en el S. XXI**”, durante los meses de marzo a octubre del año 2020.

Debido a las condiciones de la pandemia, como se mencionó anteriormente, fue necesario recurrir a la participación de eventos relativos al *Management*, que desde los inicios de la Pandemia del COVID-19 comenzaron a ser ofertados por distintas redes sociales.



De manera que a continuación se presenta parte de dicho trabajo, para mostrar el funcionamiento del *Management*, no sólo como ideología presente en el mundo del trabajo sino también, como una industria de generación de contenidos al servicio de la maximización de las ganancias en el mercado.

## WAR ROOM

A sólo tres semanas del inicio de la pandemia del COVID-19, Oso Trava famoso *influencer* mexicano, conocido por su programa Cracks -un podcast de entrevistas “con enfoque de negocios y mentalidad que le enseñará a cualquiera que aspire a la grandeza los hábitos y trucos que usan los mejores en deportes, negocios, tecnología y medios para lograr el éxito” (Trava s.f.)-, lanzó un curso en línea llamado WAR ROOM.

Cabe destacar que, de acuerdo a lo publicado en la página de su podcast, Oso Trava es un “emprendedor y fundador de InstaFit, quien ha sido nombrado emprendedor del año por la revista Expansión en 2010 y 2018 e incluido entre las 30 promesas de los negocios de Forbes en 2019” (Trava, s.f.).

Oso Trava, cuenta con una audiencia ya consolidada a la cual dirige los programas de formación que él mismo diseña; orientados a emprendedores, empresarios y ejecutivos, tal y como lo fue el curso *War Room*. En su grupo privado de *Facebook*, cuenta con más de 5 mil miembros y en su grupo Cracks *War Room* (exclusivo para aquellos inscritos en su programa) con 342 miembros, que sería la cantidad de personas que en tres generaciones (en el lapso de ocho meses del lanzamiento del programa) formaron parte de dicho programa en línea.

Oso Trava, se define asimismo como:



[...] un emprendedor apasionado por las nuevas tecnologías, los modelos de negocio innovadores y el impacto escalable.

Tengo un MBA de Stanford y experiencia en análisis financiero, desarrollo comercial, capital de riesgo, nuevas empresas y mercados financieros.

Creador de Cracks Podcast y CEO de 2 empresas en la que estoy lanzando nuevos productos (Trava, s.f.).

*War Room*, es un programa de formación, diseñado para emprendedores afectados en sus empresas y negocios durante la pandemia. Se plantea como “un sistema que empresarios, emprendedores y líderes de equipo puedan seguir como guía paso a paso para lograr resultados importantes en una época tan crucial” (Trava, 2020). Dicho programa se propone enseñar, mediante ‘conocimiento práctico’ como hacer frente a momentos tan ‘inciertos’, como los que la pandemia ha representado en la vida de las personas.

En su carta de bienvenida al curso Oso Trava señala lo siguiente:

Tengo la fortuna de contar con grandes inversionistas, pertenecer a comunidades con los mejores emprendedores de la región y haber participado en 9 de las mejores aceleradoras del mundo. Todo este contacto me pone en una posición privilegiada para aprovechar la crisis de COVID-19 a mi favor, pero eso no es suficiente. Veo una gran necesidad de conocimiento práctico sobre cómo pensar sobre negocios pasando por momentos inciertos en el mercado y, mientras hay una gran cantidad de información disponible, eso puede hacer que el camino a seguir parezca aún más confuso.

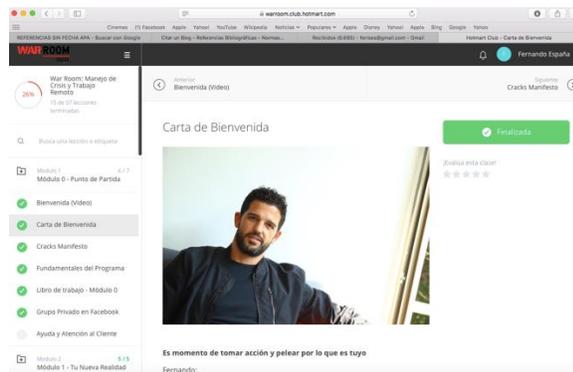
No he encontrado un sistema que empresarios, emprendedores y líderes de equipo puedan seguir como guía paso a paso para lograr resultados importantes en una época tan crucial y es por eso que decidí invertir cientos de horas a marchas forzadas en la creación de *Cracks War Room*, este programa con el que podrás implementar tácticas que veo repetidas o recomendadas por las personas más expertas en desarrollo empresarial.

Al finalizar este programa habrás transformado tu mentalidad y adoptado una identidad de líder en tiempo de guerra. Te habrás orientado a la acción y actuarás

con determinación, autoridad y liderazgo empático y efectivo para posicionar tu negocio para ganar en esta crisis.

Bienvenido a este increíble reto en el que los resultados y satisfacción personal van de la mano. Me emociona ver tus resultados y el impacto que tienes en tu negocio con esta nueva mentalidad, enfoque y pasión (Trava, 2020).

Así, el programa de formación *War Room*, se propone ser un “entrenamiento intensivo de una semana con modalidad online para liderar empresas en tiempos de incertidumbre” (Trava, 2020), orientar la mentalidad a la acción y para que los que lo tomen, puedan mitigar los efectos del aislamiento en los resultados de sus equipos, desde la perspectiva del *Management*, durante momentos tan inciertos como los que estamos viviendo ahora. Es decir que, se trata no de “sobrevivir a la crisis de la pandemia, sino de súper vivir a ella” (Trava, 2020).



(Captura de pantalla WAR ROOM 22-05-2020)

## CASO UNO: WOBI

### WOBI ON RESILIENCE

*WOBI On Resilience*, por su parte, según la descripción que se encuentra en su página web, es:



Un evento 100% digital dirigido por el Dr. Mario Alonso Puig, médico, cirujano y experto en motivación, creatividad y comunicación, que te aportará las claves para construir un espíritu resiliente con el fin de poder adaptarse a este nuevo mundo y los desafíos que presenta. En tres sesiones que tendrán lugar a lo largo de tres días, aprenderás la importancia de la resiliencia como una gran ventaja competitiva, cómo buscar el equilibrio necesario para sobrellevar estos cambios y sacar la mejor versión de ti mismo (Wobi, 2020).

Dicho evento consistió en un seminario digital, de tres días en el que el Dr. Mario Alonso Puig, desarrolló el tema de la resiliencia en sus aspectos más teóricos, proponiendo también una serie de ejercicios cuyo objetivo consiste en fortalecer la resiliencia en los aspectos físicos, emocionales e incluso espirituales, de los ejecutivos y los líderes de las organizaciones “interconectados” al programa de formación desde diferentes partes del mundo: México, Argentina, Perú, Colombia, España y muchos otros.

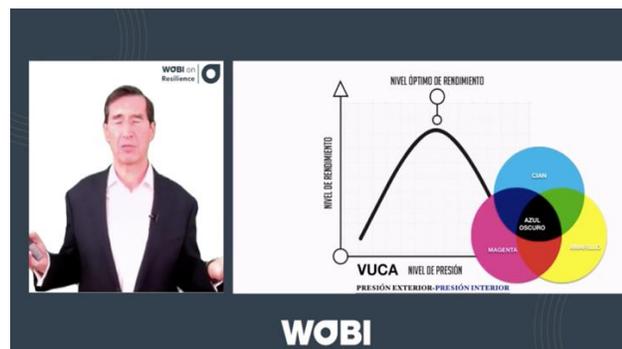
El Dr. Mario Alonso Puig es “médico, fellow en cirugía por Harvard University Medical School” (Puig, s.f.), dedicado a investigar cómo desplegar el potencial humano, principalmente en momentos de cambio e incertidumbre.

En el resumen ejecutivo del seminario *WOB! On Resiliense*, el Dr. Mario Alonso Puig, señala que en momentos en los que predominan palabras como incertidumbre, disrupción y crisis, es necesario “encontrar un lenguaje que nos eleve e inspire para hacer frente a ese gran reto” (Puig, 2020, p.3). La resiliencia es el recurso del que los seres humanos pueden valerse en aquellos momentos de absoluta incertidumbre e inesperados en los que no hay tiempo para reflexionar. Ya que, de acuerdo a los postulados de Charles Darwin, la especie que sobrevive no es ni la más fuerte ni la más inteligente, sino la que mejor se adapta.

En un mundo actual, incierto, volátil, complejo y ambiguo se ha producido una gran disrupción en nuestra manera habitual de vivir. Ante esta disrupción,

aqueellos sistemas que no son lo suficientemente resilientes tenderán a desaparecer, mientras que aquellos que sí lo sean, se transformarán en sistemas con un mayor grado de sofisticación. Cuando una persona resiliente se enfrenta a un reto, cambia radicalmente su nivel de sofisticación y cuenta con más opciones para seguir adelante (Piug, 2020, p.4).

Mario Alonso Piug, para describir el mundo en el que actualmente vivimos, se apoyó en el término *VUCA*, creado por los *Marines* de los Estados Unidos, durante la guerra de Afganistán, para designar aquellos entornos *Volátiles, Inciertos, Complejos y Ambiguos*. Con lo cual, según Mario Alonso Piug, cuando se habla de resiliencia no se debe hablar solamente de “cómo hacer frente de otra manera a entornos VUCA sino además de cómo poder trabajar la oportunidad; cómo reconocerla y sacar provecho de ella” (Piug, 2020, p.4).



(Captura de pantalla WOBÍ on Resilience 24-09-2020)

La resiliencia, entonces, de acuerdo a los desarrollos planteados por Mario Alonso Piug, debe ser cultivada tanto en el nivel físico como en el mental y espiritual. En lo físico habrá que desarrollar una serie de hábitos que incluyen: la nutrición, la respiración, la postura, el ejercicio físico y el descanso. Mientras que, en lo mental se trata fundamentalmente del enfoque, es decir, del lugar en el que se pone el foco para salir de un problema; así como de la importancia del lenguaje, en la medida en que nuestro pensamiento está



hecho de lenguaje. Finalmente, en la esfera de lo espiritual, se trata de reconectar con uno mismo, con los demás y “con un universo que es inteligente y confabula a nuestro favor” (Piug, 2020, p.10).



(Certificado de asistencia WOBi on Resilience Septiembre 2020)

## WOBi ON STRATEGY

*WOBi On Strategy*, fue un programa de formación ejecutiva que contó con asistentes de más de cuarenta países.

De acuerdo a la presentación del programa en la página web de WOBi, *WOBi On Strategy* es un evento digital:

Dirigida por el profesor Michael Porter, una de las figuras más legendarias del mundo del management y la competitividad, WOBi on Strategy es una oportunidad única para aprender directamente del padre de la estrategia empresarial moderna. Durante este evento 100% digital, el profesor Porter recurrirá a sus más de cuatro décadas de trabajo en ese campo para revelar cómo pensar en la estrategia, lo que se necesita para competir en un mercado volátil y el impacto de la transformación digital en el panorama estratégico y competitivo, equipándolo para ser capaz de asegurar la futura vitalidad y prosperidad de su organización (WOBi, 2020).



De esta forma, al igual que *WOB! On Resilience*, *WOB! On Strategy*, consistió en un seminario virtual, dirigido por Michael Porter quien de acuerdo a la revista *Fortune*, “a influido a más ejecutivos y más naciones que ningún que ningún otro negocio o profesor en el mundo” (Stanley, 2020).

En este sentido, dado que nos encontramos en un momento histórico, que dentro del *Management*, ha sido denominada como una época de “disrupción”, provocada por la crisis de COVID-19-, según los planteamientos de Porter, resulta fundamental pensar en estrategias para la nueva normalidad que se ha instaurado en el mundo entero.

### Fundamentos de la estrategia

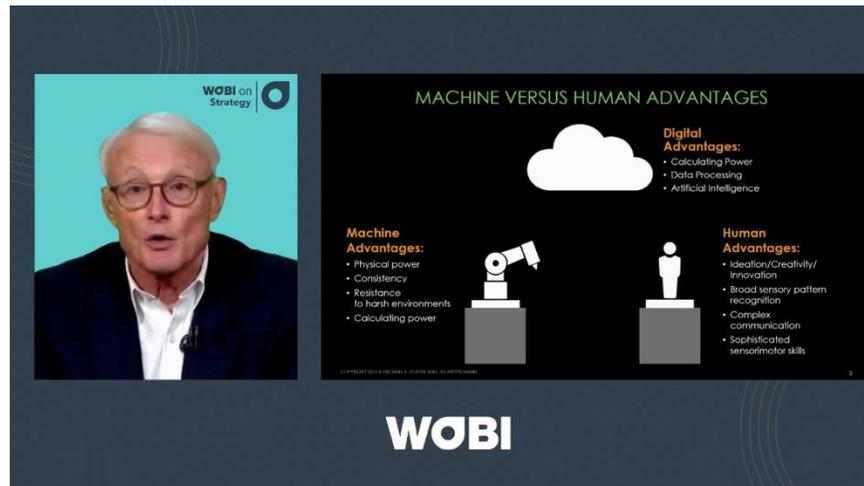
Según Porter, el punto de partida para desarrollar una buena estrategia consiste en comprender sus bases y fundamentos, dado que no existe una única manera de competir.

No podemos competir por ser la mejor compañía. No existe tal cosa, no existe una compañía que sea la mejor. La clave está en centrarse en convertirse en una compañía única. Para pensar de forma estratégica hay que parar de competir por ser el mejor y empezar a competir por ser únicos (Porter, 2020, p.3).

Por otra parte, la estrategia se presenta en múltiples niveles. La estrategia de negocio, desarrollada para cada unidad de negocio en la que participa la empresa, punto de partida del pensamiento estratégico; la estrategia de grupo, integrada para conjunto de negocios estrechamente relacionados dentro del grupo; y finalmente, la estrategia corporativa que engloba una única estrategia para toda la corporación, conectando todas las estrategias individuales y encontrando sinergias entre ellas. Con ello:

El papel de CEO, de líder de estas grandes corporaciones es el de que cada negocio tenga clara su estrategia y que entre ellas estén todas alineadas, como grupo. También tienen que preguntarse cómo se puede alinear estas estrategias con la sociedad (con la educación, con

el medio ambiente...); con todos los ámbitos que interfieren en la compañía y su impacto en estos (Porter, 2020, p.4).



(Captura de pantalla WOB! on Strategy 3-10-2020)

Además, de acuerdo a los planteamientos de Porter, para poder realizar el análisis de cada industria y calcular el potencial de rentabilidad de cada negocio, es necesario basarse en cinco fuerzas: el poder del cliente, el poder del proveedor, los nuevos competidores entrantes, la amenaza que generan los productos sustitutos y la naturaleza de la rivalidad. De manera que “la estrategia consiste en crear una posición competitiva única haciendo las cosas de forma diferente” (Porter, 2020, p.4).

### Valor Compartido

Por otra parte, algo a destacar y que representa una novedad en los planteamientos de Porter, relativos a la estrategia y la competitividad, tiene que ver con lo que él denomina <<Valor Compartido>>.



Puesto que, debido a que las sociedades de todo el mundo se enfrentan a muchos cambios en el desarrollo social, medio ambiental y económico, según Porter, “son las empresas la única institución capaz de satisfacer eficientemente las necesidades de los consumidores a gran escala” (2020, p.5), ya que los gobiernos y las ONGs carecen de recursos y capacidades suficientes para hacer frente a dichos cambios.

Ahora el rol de las empresas no es la de maximizar su propio beneficio. Su papel consiste en hacerlo, pero de manera que sea beneficioso también para la sociedad, favoreciendo a sus comunidades. Esto se considera Valor Compartido [Abordar las necesidades y desafíos de la sociedad a través de la propia empresa, con un modelo de negocio] (Porter, 2020, p.5).

Cabe aquí, pensar en las ideas planeadas por Leserre, al afirmar que en la era neoliberal:

El poder de las corporaciones tiende a apropiarse de los gobiernos o, en su defecto, influirlos de manera decisiva señalando la compleja trama entre el neoliberalismo y el proceso de debilitamiento de las democracias liberales (Leserre, 2019, p.35).

Se aprecia, cómo desde los contenidos de orden académico, se transmiten determinados principios a los “líderes” que están al frente de las organizaciones.

### **El impacto de la transformación digital en el panorama estratégico y competitivo.**

Es claro que todas las empresas hoy en día están cambiando a una gran velocidad debido al impacto de la transformación digital, ya que es la nueva realidad en el mundo de los negocios.

En este sentido, en lo que a los trabajadores de los niveles directivos y gerenciales se refiere, Porter señala que es equivocado deshacerse del trabajo humano y que la automatización extrema es un error, debido a que las personas tienen la posibilidad de llegar a donde las máquinas y la tecnología no llega. Además, las personas “se pueden adaptar, pueden hacer



varias cosas al mismo tiempo y tienen la capacidad de ir evolucionando por sí sola” (Porter, 2020, p.6).

Sin embargo, a la luz de sus planteamientos y a los que la estrategia y competitividad se refiere, Porter, señala que los productos inteligentes y conectados “ofrecen oportunidades de expansión exponencial para la nueva funcionalidad” (2020, p.7) y mayor fiabilidad. Así como “una utilización mucho mayor del producto y capacidades que atraviesan y trascienden los límites tradicionales del producto” (Porter, 2020, p.7).

Por lo tanto, la transformación digital conlleva múltiples oportunidades para competir dentro de la industria.

### **Realidad aumentada**

Otro aspecto fundamental de la estrategia competitiva, en el análisis presentado por Porter, relativo a la innovación digital, tiene que ver con el impacto de la <<Realidad Aumentada>>, en lo que llama el mundo de los negocios.

Dicho impacto se refiere al hecho, de que la Realidad Aumentada mejora sustancialmente las capacidades y el impacto de los productos inteligentes y conectados, así como de las personas y por lo tanto de las organizaciones y los negocios.

La transformación digital ha hecho un nuevo y creciente conjunto de capacidades que han aumentado drásticamente la eficiencia de las máquinas y productos, así como de las personas. Permite una capacitación y orientación más eficaces para hacer frente a la escasez de trabajadores de primera línea cualificados, mejorar la productividad de los trabajadores mediante una mejor colaboración con las máquinas y contrarrestar el cambio hacia la automatización mediante la potencialización de los trabajadores humanos (Porter, 2020, p.10).

### **Cambios en la manera de trabajar**



Finalmente, Porter en su seminario, abordó los cambios que, a partir de la transformación digital y la competencia en la industria dentro de un mercado volátil, están teniendo lugar. Mismos que con la crisis del COVID-19 se han visto acelerados de manera drástica.

Y en este sentido, Porter indica que es importante considerar que existen dos grandes áreas de trabajo:

- 1) El trabajo de conocimiento: que comercia con información por lo que, cuando se trata de un trabajo puramente digital, la ubicación no es importante; por lo que hay “una tendencia hacia una fuerza de trabajo más distributiva, móvil y ágil” (Porter, 2020, p. 11) en la medida en que el trabajo de conocimiento se ha vuelto cada vez más digital.
- 2) El trabajo de primera línea: aquel que se lleva a cabo en el mundo real y que implica un trabajo físico real; por lo que los trabajadores de primera línea no pueden hacer su trabajo desde casa y necesitan conocimientos y capacitación para hacer su trabajo. Sin embargo, en este sentido:

La realidad aumentada permite soluciones para los trabajadores de primera línea gracias a su capacidad de proporcionar el contenido digital necesario y la orientación de expertos en el contexto del entorno físico en el que se realiza el trabajo de primera línea. La RA, tiene la capacidad de ser una herramienta en tiempo real entre un experto a distancia y un trabajador de primera línea que necesite aportaciones (Porter, 2020, p.11).



(Certificado de asistencia WOBi on Strategy Noviembre 2020)

## WORLD BUSINESS FORUM MÉXICO 2020

El World Business Forum, es el “encuentro de ejecutivos más importante del mundo” (WOBi, 2020), en el que asisten más de 1500 participantes de 500 empresas, de los cuales el 60% son directivos y altos ejecutivos.

Organizado por WOBi, cada año, en distintas ciudades de América, Europa y Oceanía, World Business Forum es un evento de dos días que reúne a miles de mentes inquietas que comparten la misma pasión por los negocios. Una experiencia única de aprendizaje, inspiración y networking (WOBi, 2020).

Cada año dicho foro se realiza en México, Bogotá, Lima, Londres, Miami, Madrid, Milán, Nueva York y Sydney.

Para el año 2020, el tema del World Business Forum, inicialmente fue “*The Incredible Now*” cuya realización, como cada año, estaba programada de manera presencial en Expo Santa Fe, CDMX. Contaría con la participación de Sir Ken Robinson, experto en liderazgo creativo; Steve Wozniak, icono de Silicon Valley, filántropo y cofundador de Apple; Don Tapscott,

influyente pensador en innovación y tecnología; Lynda Gratton, experta mundial en el campo del comportamiento organizacional y el futuro del trabajo; Marshall Goldsmith, coach de liderazgo y autor de *betseller*; Ann Handley, autoridad líder en marketing digital y estrategia de contenidos; e Ignacio Martínez Mendizábal, reconocido antropólogo.



(Speakers “World Business Forum: Remarkes”, México 2020)

Sin embargo, dada la situación provocada por el COVID-19, el evento fue reformulado y por primera se realizó de manera digital; con lo que el tema y algunos de los *speakers*, también fueron modificados.

Así, en la carta de presentación del nuevo evento, realizado los días 20 y 21 de octubre de 2020, el CEO de WOBI, Alberto Saiz, anunció lo siguiente:

Estimado Remaker,

Ante los desafíos que se presentan en la actualidad, WOBI presenta el primer World Forum México Digital, un nuevo formato para todos nuestros reconocidos eventos a nivel mundial.

Creemos que los desafíos deben ser vistos como oportunidades, y esta es nuestra oportunidad para brindarte una agenda con los mejores conferencistas en la historia de World Business Forum México. Con el objetivo de apoyar a las organizaciones a enfrentar los desafíos sin precedente, hemos creado un magnífico ciclo de conferencias que te brindarán una experiencia única de inspiración,



aprendizaje y conocimiento, que estamos seguros serán valiosos para enfrentar esta nueva realidad.

Asimismo, hemos desarrollado una amplia variedad de experiencias digitales que garantizarán que tú y tu organización encuentren la inspiración y conocimiento adecuado para continuar con su formación.

Bienvenido a nuestro formato Digital de World Business Forum México 2020: Remarkers.

Construyendo un nuevo futuro.

WOBI (WOBI, 2020).

Con ello, a través de la transformación del “*World Business Forum: Incredible Now*” en “*World Business Forum: Remarkers*”, es posible observar y constatar la gran capacidad de la industria generadora de contenidos de *Management* para transformarse en tan sólo unos meses, lograr capitalizar la situación que actualmente se está viviendo en el mundo entero y así, mantener el funcionamiento del mercado y la rentabilidad de la que se alimenta.

Se aprecia cómo en el campo del *Management*, “El *marketing* constituye un incesante y omnipresente empuje a gozar, tanto más eficaz cuanto que promete el imposible goce último mediante la simple posesión de signos y los objetos de `éxito`” (Laval y Dardot, 2013, p.366). Con lo que es posible apreciar directamente el movimiento inherente al Discurso Capitalista, caracterizado por su falta de límite y el funcionamiento continuo al que da lugar y constituye la premisa desde la que se parte en el presente trabajo de investigación relativo a la incidencia *Management* sobre la subjetividad.

*Remarkers* fue entonces un evento digital, realizado el 20 y 21 de octubre bajo el principio: “*Rethinking companies, Reconnecting people, Reinventing business*” (WOBI, 2020). En el que finalmente, a partir de su reconfiguración, participaron James Cameron, uno de los más influyentes y exitosos directores cinematográficos de todos los tiempos; Seth Godin, importante teórico del marketing del siglo XXI; Guy Kawasaki, ícono de Silicon Valley y Ex Chief Evangelist en Apple; Lynda Gratton, experta mundial en el campo del comportamiento organizacional y el futuro del trabajo; Ram Charan, uno de los más



destacados gurús en estrategia empresarial; Rachel Botsman, experta global en el poder de la colaboración y el intercambio; Carla Harris, Directora General en Morgan Stanley y autoridad en motivación y cambio; Amy Webb, profesora de anticipación estratégica en la Escuela de Negocios NYU Stern de Nueva York; Daniel Lamarre, Presidente y CEO de Cirque du Soleil; Edurme Pasaban; la primera mujer en escalar las 14 cumbres más altas del mundo; e Ignacio Martínez Mendizábal, reconocido antropólogo.

A continuación, se presentará un breve resumen de las presentaciones de cada uno de los días de trabajo durante el Word Business Forum, señalando algunas de las ideas más importantes que fueron abordadas durante las participaciones de cada uno de los *Speakers*.

## Día 1

### **Seth Godin. Prosperar en la economía de la conexión (Marketing).**

En la conferencia realizada por Seth Godin, se abordaron los siguientes puntos:

- Por qué las historias que cuentan las compañías importan: cómo comunicar el valor y extender las ideas.
- Por qué el conformismo no lleva al confort: encontrar el coraje para darle a tu trabajo el tratamiento de arte.
- Cómo la tecnología ha cambiado la naturaleza misma del liderazgo: porqué hoy llegan a ser líderes personas que no esperaríamos.
- Claves para impulsar la iniciativa en tu organización.



### **Lynda Grattton. Repensando el futuro del trabajo (Performance).**

Lynda Grattton, trató los siguientes puntos:

- Avances tecnológicos y su perdurabilidad: tensiones e implicaciones en el futuro del trabajo.
- Reflexión sobre el cambio social: implicaciones para los negocios que han sido forzados a replantear sus principales valores.
- La importancia de unir las necesidades e intereses de diferentes grupos y así, obtener resultados positivos para todos.
- Cómo los líderes generan cambios organizacionales y de aprendizaje exitoso, en entornos desafiantes y de constante cambio.

### **Edurme Pasaba. Liderando equipos de alto rendimiento (Resiliencia).**

Apoiada en su experiencia como alpinista y siendo la primera mujer en escalar las 14 cumbres más altas del mundo, Edurme Pasaban abordó los siguientes puntos:

- Liderando equipos de alto rendimiento.
- Claves para crear, liderar y manejar equipos en situaciones adversas.
- Cómo adaptarnos al cambio. Análisis de entornos hostiles y gestión de crisis.
- Conseguir resultados: la importancia de la organización y la planificación.
- Alcanzar el éxito: por qué la motivación y el trabajo en equipo son fundamentales.



### **AMY WEBB. Perspectiva estratégica del futuro.**

Futurista cuantitativa como ella misma se define (a partir de la obtención, procesamiento y análisis de datos), Amy Webb abordó los siguientes puntos durante su intervención:

- ¿Qué continuará en un mundo de constante cambio? Conoce una metodología basada en la proyección y cómo todas las organizaciones pueden identificar los riesgos y oportunidades antes de que la disrupción los impacte.
- Tendencias tecnológicas dentro y fuera de tu industria que necesitas conocer y cómo encajan en un contexto más amplio del futuro.
- Cómo los líderes pueden aprovechar las herramientas de visión estratégica al futuro en beneficio de sus organizaciones.
- Inteligencia Artificial (IA): Qué es, por qué es importante, y cómo forma parte de nuestra vida diaria.

### **RAM CHARAN. Crear un nuevo destino para ti y tu organización (Estrategia).**

El gurú de la estrategia, asesor de CEOs de transnacionales y distintos gobiernos en el mundo, a través de una charla con Chris Stanley (Director global de contenido de WOBI), abordó distintas temáticas:

- Cómo formular una respuesta estratégica efectiva a los nuevos tipos de competencia global.
- Enfrentar el desafío de reorganizar la psicología y toma de decisiones de una organización.



- Un marco para decidir cuándo y cómo realizar cambios en tu compañía que aceleren el desarrollo.
- Secretos para adquirir, gestionar y aprovechar el talento en el entorno digital, analítico y tecnológico de hoy.

### **DANIEL LAMARRE. Cómo dirigir una compañía con una esencia creativa (Liderazgo).**

A través de su experiencia como CEO y Presidente de Cirque du Soleil, y con base en los momentos difíciles por los que actualmente atraviesa su organización, debido a la crisis provocada por el COVID-19, Daniel Lamarre compartió y abordó los siguientes puntos:

- Claves para mantener a largo plazo una cultura de innovación.
- Cómo buscar atraer y desarrollar el mejor talento creativo del planeta.
- Lo que se necesita para combinar las necesidades de grupos e intereses dispares, y encontrar resultados positivos para todos.
- Por qué los mejores líderes son *storytellers*.

## **Día 2**

### **GUY KAWASAKI. El arte de innovar (Marketing).**

Experimentado veterano de *Silicon Valley*, con experticia en compañías como Apple y Google, Miembro Ejecutivo de la Escuela de Negocios Haas de la Universidad de California, Berkeley, durante su conferencia trató lo siguiente:



- ¿Cuál es el único diferenciador duradero para una empresa?
- ¿Cómo la tecnología ha cambiado la forma en la que competimos?: Hacer las cosas bien y hacer lo correcto.

**IGNACIO MARTÍNEZ MENDIZÁVAL. Las personas y las organizaciones del futuro (Personas).**

Este reconocido antropólogo compartió algunas reflexiones, a partir de sus hallazgos como investigador de la historia del hombre y su cultura, en torno a los siguientes puntos:

- Qué revela la historia más antigua del ser humano sobre nuestro futuro.
- Por qué somos como somos y qué seremos.
- Cuáles son nuestras cualidades más humanas y cómo formamos nuestras organizaciones.
- Una visión sobre por qué y cómo innovamos.

**RACHEL BOTSMAN. Las nuevas reglas de la confianza en la era digital (Confianza).**

La ideóloga de la economía colaborativa, Rachel Botsman, durante su intervención en el *“World Bussines Forum Remarkers”*, desarrolló los siguientes puntos, relativos a la confianza:

- Por qué la confianza es el lenguaje social que promueve el desarrollo de los negocios.



- Los ejes que definen cómo crear, mantener y destruir la confianza en el contexto digital.
- Cómo Airbnb, Uber y Lending Club están transformando las industrias de manera exponencial.
- El desarrollo de las nuevas ideologías y principios que transformarán la forma en que pensamos acerca de las marcas, experiencias y comportamientos.

### **CLARA HARRIS. Creación y gestión del cambio (gestión del cambio).**

Clara Harris por su parte, abordó los siguientes temas en relación a la gestión del cambio:

- El poder que tiene ser auténtico y cómo aporta esto a un liderazgo poderoso.
- El desafío de diversificar el liderazgo.
- Entender el rol de las opiniones en el lugar de trabajo y las relaciones fundamentales que se deben tener para lograr el éxito.
- Cómo posicionarse para sobre salir como líder.

### **JAMES CAMERON. Lecciones de un pionero de Hollywood (Creatividad).**

Finalmente, para cerrar el evento, James Cameron ofreció una conversación que sostuvo con Chris Stanley, a lo largo de la cual abordaron distintas temáticas:

- Las habilidades y características necesarias para sobre pasar los límites tecnológicos y creativos.
- Identificar y capacitar el talento que te permitirá llevar a cabo tu visión.



- Cómo liderar con la duda y la incertidumbre cuando se fracasa.
- La evolución del storytelling: Cómo desarrollar historias poderosas que capturen la imaginación de las personas.
- Usar la tecnología de manera que aumente, y no disminuya, la experiencia humana.

Fue así, como a lo largo de dos días, en los que se realizó el “*World Business Forum: Remarkers*”, fue posible establecer un contacto directo *on line*, con las ideas y los contenidos a partir de los cuales los “líderes de las organizaciones”, entiéndase CEOs, directores y gerentes, están intentando dar respuesta a la crisis provocada por el COVID-19, procurando mantener e incluso incrementar la rentabilidad de sus empresas, mediante acciones concretas que permitan que estas no perezcan frente a las nuevas demandas que la realidad ha impuesto ante la presencia de dicha crisis.



(Certificado de asistencia World Business Forum Octubre 2020)

Por otra parte, cabe destacar que de acuerdo a las fechas publicadas en los folletos promocionales del “World Business Forum: Remarkers”, y ciertos comentarios señalados



por algunos de los *Speakers* del evento, dada la modalidad virtual que en esta ocasión tuvo el foro, dicho evento se llevó a cabo simultáneamente en México y Nueva York. Aspecto que permite constatar la fuerza y carácter global que los contenidos del *Management* tienen en la actualidad. Dando cuenta también con ello, que dichos contenidos no se circunscriben a determinadas regiones o localidades. Por el contrario, intentan homogenizar una manera de pensar y actuar en el mundo empresarial de hoy. Dando lugar así, a una Geografía Cultural y Temporal, que trasciende las fronteras políticas y geográficas que antaño, solían particularizar las distintas formas de trabajo.

Ello no quiere decir, sin embargo, que dichas particularidades laborales u organizacionales no existan. Sino que permite vislumbrar el alcance que discurso del *Management* tiene en la actualidad, así como sus pretensiones de homogenización cultural en el mundo. Además de la pertinencia de llevar a cabo una investigación (como la que aquí se propone), que no se circunscriba a un sólo sector productivo, región o empresa. Sino que, bajo distintas aproximaciones sea posible situar algunas particularidades sobre la incidencia del discurso del *Management* en la subjetividad de los trabajadores administrativos de alto nivel, directivos y gerenciales, que en la actualidad tienen lugar.

### **Algunas consideraciones sobre el Management y la revolución digital.**

A partir de lo anterior, es posible extraer distintas conclusiones en relación a los contenidos inherentes al *Management*. Sin embargo, aún queda por delante un recorrido que es necesario llevar a cabo, puesto que la experiencia que hasta aquí se ha podido obtener, sólo constituye un acercamiento a la realidad, dentro de las condiciones que la actual situación que se vive en el mundo ha permitido.

Si bien, puede considerarse muy apresurado extraer conclusiones relativas a la posible incidencia del *Management* sobre la subjetividad de trabajadores y trabajadoras, del



mundo de los `negocios´ y las empresas; se muestran distintos aspectos que no dejan de ser llamativas.

Una de ellos, es la capacidad de respuesta que la industria generadora de contenidos sobre el *Management* (situada principalmente en las universidades más prestigiosas de Estados Unidos e Inglaterra), tuvo ante la crisis de la pandemia provocada por el COVID-19, para generar los medios y adaptar sus contenidos (discursos e ideologías), y seguirlos poniendo a disposición de los `líderes de las organizaciones´ promoviendo políticas de acción -al interior de dichas organizaciones-, que sean implantadas en los espacios de trabajo, y terminen por expandirse a otros ámbitos sociales, dada la centralidad del trabajo en la cultura y nuestras sociedades.

El “atractivo” de su discurso se basa en la idea de cambio permanente, la continua adaptación, el asimilarse e identificarse a las demandas del mercado, a la búsqueda del éxito, a reinventarse como empresarios de sí mismos, al “cero defectos”, a que lo económico sea la matriz de la disciplina personal (Lessarre, 2019, p.48)

Otra situación, sumamente llamativa tiene que ver la con globalidad con la que dichos discursos, de efectividad y eficiencia, son promovidos. Es decir, su alcance a gran escala y la fuerza de transmisión que muestran tener. De manera que, *Coaching*, programación neurolingüística y diversos gurúes, junto a una notable eficacia comunicacional de los medios hegemónicos, trasladan al individuo los valores únicos de la eficacia (Leserre, 2019, p.49), produciendo o intentando producir determinado tipo de subjetividad en los trabajadores de niveles directivo y gerencial, conocidos dentro de estos discursos como `líderes de las organizaciones´.

Aún queda por hacer un amplio recorrido en el desarrollo de este trabajo, en la medida en que habrá que aproximarse a casos particulares, que permitan situar cómo diversos actores significan los contenidos planteados por la industria del *Management* y las posibles incidencias sobre su subjetividad.



Con ello, se está convencido de que, la lógica del presente trabajo, permitirá que del entrecruzamiento de lo general y lo global del discurso de *Management* (nivel lógico de lo universal) y la especificidad de cada uno de los casos (nivel lógico de lo singular), sea posible extraer puntos en común. Que, a su vez, permitan situar la incidencia del *Management* sobre la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras en el S. XXI y ahora, también, en los tiempos COVID y Pos COVID; circunscribiendo los resultados de la presente investigación a la particularidad del discurso del *Management* y de nuestro contexto histórico y cultural (nivel lógico de lo particular).

### WORLD BUSINESS FORUM 2021

Finalmente, en octubre de 2021, se realizó el “World Business Forum: The Incredible Now”, que a pesar de haber sido anunciado y promocionado como un evento que se llevaría a cabo de manera presencial en la Ciudad de México, terminó por realizarse de manera virtual, transmitiéndose desde Nueva York a diferentes países de manera simultánea.

A finalizar el “World Business Forum: Remarks”, anunciaron que el siguiente año se llevaría a cabo el “World Business Forum: The Incredible Now” e hicieron llegar el folleto promocional del evento, anunciando algunos de los *Speakers* que participarían en él.

Sin embargo, meses después nuevamente enviaron por correo electrónico, el folleto señalando que el *World Business Forum*, se trataría de un evento digital y los *Speakers* que anunciaban en el folleto ya no eran los que originalmente habían anunciado. Tanto el programa como la modalidad y los *Speakers*, fueron modificados. Quedando, del evento previamente anunciado, sólo el nombre: “World Business Forum: The Incredible Now”.



Mismo que, cabe destacar, correspondía al nombre del *World Business Forum* programado de manera presencial, antes de la pandemia del COVID-19, para el 2020 en la Ciudad de México, también con otros *Speakers*, distintos a los de la segunda y tercera versión del “World Business Forum: The Incredible Now”.

El “World Business Forum: The Incredible Now” del año 2021, fue resultado de distintas modificaciones que al menos, constituyó tres versiones diferentes de las que sólo se llevó a cabo una: la primera programada antes de la pandemia de manera presencial, como hasta entonces había sido; la segunda, anunciada en el 2021, al finalizar “*World Business Forum: Remarks*” 2020, que se ofertaba como un evento que se llevaría a cabo en la Ciudad de México de forma presencial; y finalmente el que sí se llevó a cabo, de manera híbrida (presencial en la Ciudad de Nueva York) y virtual para el resto de los países en los que se transmitió: Ciudad de México, Costa Rica y República Dominicana, entre otros; según los usos horarios anunciados en la infomación proporcionada después de haber realizado la inscripción al *World Business Forum*.

También cabe destacar, que la información de los folletos promocionales de las tres versiones del “World Business Forum: The Incredible Now”, en esencia fue la misma. Sólo cambiaron los detalles respecto a los *Speakers* y el tema que cada uno expondría.

#### ACERCA DE WORLD BUSINESS FORUM

En el folleto de la que sería la primera versión del “World Business Forum: The Incredible Now”, que tendría lugar en el 2020 de manera presencial, en la primera página (después de la portada), junto con algunas fotografías de eventos previos de dicho foro, realizados de



forma presencial en la Ciudad de México -en los que, entre otros, presentaron Tom Peters, Michael Porter y Simón Sinek-, a manera de introducción, se puede leer que el *World Business Forum*, es un evento de dos días, organizado por WOBI cada año, en distintas ciudades de América, Europa y Oceanía. Que se reúnen miles de mentes inquietas, que comparten la misma pasión por los negocios. Se trata de una experiencia única de aprendizaje, inspiración y networking; en el que además de acceso al congreso incluye, comida, coffee breaks, firma de libros, networking, exposición y eventos privados. Elementos que, claramente no se pudieron dar en sus versiones digitales.

Sin embargo, la promoción del evento, en sus tres versiones fue la misma. Como se puede constatar en el folleto de presentación del “World Business Forum: The Incredible Now”, que previo, durante y después de la crisis de la pandemia del COVID-19, contenía la misma información, en la que, entre otras cosas, se lee el siguiente argumento:

Ahora es un momento increíble para el desarrollo y el crecimiento. Un momento único para formar parte de los cambios que están sucediendo.

AHORA podemos **centrar nuestras estrategias en comportamientos y hábitos analizados** y tomar decisiones más adecuadas.

Podemos desarrollar **procesos de trabajo más eficientes** y rentables.

AHORA podemos crear **ventajas competitivas** que nos hagan relevantes.

Podemos impulsar una **cultura de innovación** dentro de las organizaciones que nos permita responder a los continuos cambios del entorno.

Vivimos un AHORA crucial, dinámico, histórico. **World Business Forum forma parte de ese AHORA irrepetible para toda la humanidad.**

**Una experiencia única** con pensadores, líderes y transformadores, que durante dos días compartirán ideas e inspiración con miles de mentes curiosas y atrevidas del mundo de los negocios.

Únete a CEOs, innovadores, emprendedores, artistas y deportistas en el **momento de la gran transformación**.

**Bienvenidos a THE INCREDIBLE NOW (WOBI, 2021).**

La edición del “World Business Forum: The Incredible Now”, fue entonces un evento híbrido, presencial en Nueva York y digital para el resto de los países en el que se transmitió en vivo, los días 20 y 21 de octubre del 2021.



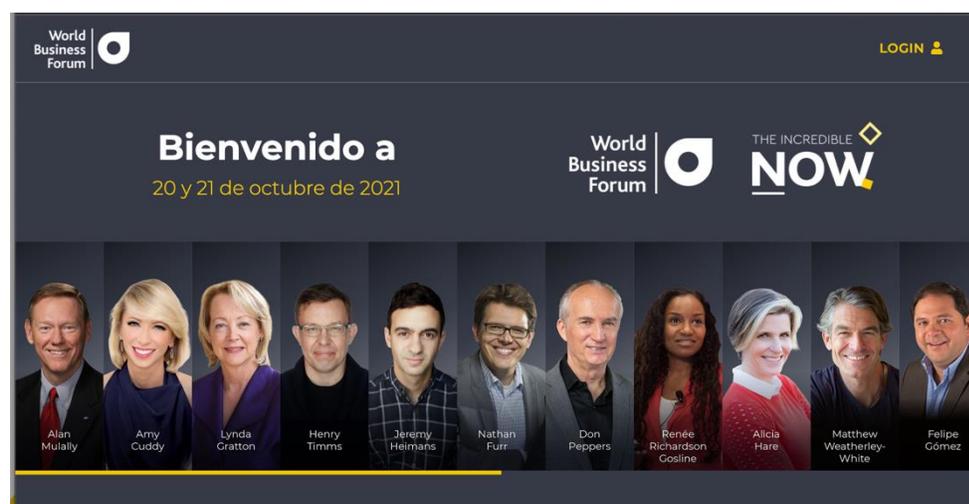
(Captura de pantalla “World Business Forum: The Incredible Now” 21-10-2021)

Finalmente en él, participaron como *Speakers* del mismo, Alan Mulally, Presidente y CEO de Boing y Ford Motor Company; Don Peppers, uno de los expertos más respetados del mundo en Experiencia del cliente y estrategia comercial, aunque originalmente estaba anunciado Lloyd Blankfeid, Presidente y CEO de The Goldman Sachs group, inc (2006-2018), que no se



presentó; Amy Cuddy, psicóloga social y profesora galardonada de Harvard; por segundo año consecutivo, Lynda Gratton, profesora en London Business School y experta en el futuro del trabajo; Alicia Hare, experta en liderazgo personal y desarrollo organizacional, aunque estaba anunciada Rebecca Henderson, profesora de Harvard y máxima autoridad en innovación y negocios sostenibles; Henry Timms y Jeremy Heimans, autores bestsller y pioneros en la generación de movimientos digitales; Nathan Furr, autoridad en transformación digital e innovación disruptiva; Renne Richardson Gosline, profesora de MIT Sloan School of Management, líder en Marketing y estrategia de marca; Felipe Gómez, experto en emprendimiento, innovación y virtuosismo; y Matthew Weatherley White, inversor y cofundador de Grupo CAPROCK.

Con todo ello, las temáticas abordadas en este *World Business Forum*, como lo es en la mayor parte de sus ediciones fueron: **liderazgo, marketing, talento, transformación, liderazgo personal, management, innovación y desempeño**. Quedando de lado, en esta ocasión, la **estrategia**, debido a los cambios en el programa y de dos de los *Speakers*, originalmente anunciados.





(Speakers “World Business Forum: The Incredible Now”, 2021)

A continuación, se presentará un breve resumen de las presentaciones de cada uno de los días de trabajo del *World Business Forum*, señalando algunas de las ideas más importantes que fueron desarrolladas durante las presentaciones de cada uno *Speakers*.

## Día 1

### **Henry Timms y Jeremy Heimans. Poder, propósito y Pandemia (Management).**

En la conferencia realizada por Henry Timms y Jeremy Heimans, los dos autores abordaron los siguientes puntos:

- Cómo aprovechar el nuevo poder para construir una comunidad dentro y fuera de la organización y construir una salida a la crisis actual.
- Cómo una pandemia mundial ha acelerado la transformación en la dinámica del lugar de trabajo y las expectativas de “nuevo poder” de empleados y consumidores.
- El caótico y cambiante entorno actual de la (des)información y los que significa para las organizaciones.
- Cómo los nuevos movimientos sociales y los debates sobre la identidad están cambiando los lugares de trabajo y cómo deben responder los líderes.
- Cómo reimaginar las instituciones y la experiencia en un mundo que las rechaza, pero que también las necesita más que nunca.

### **Don Peppers. Alinear tu organización en entorno a los principios del Customer Centricity (Marketing).**



Don Peppers desarrolló los siguientes puntos:

- Perspectiva y empatía con el cliente: Cómo entender las diferentes necesidades que tienen tus diferentes clientes.
- Confianza extrema: Qué significa actuar siempre en interés de tus clientes.
- Alinear los incentivos con el valor que crean los clientes: Recompensar el valor a largo plazo creado por los éxitos de Customer-Centricity.
- El reto de obtener valor de los empleados.

**Alicia Hare. Crea tu propia historia de liderazgo (Liderazgo Personal).**

Bajo una dinámica más de taller que de conferencia como tal, buscando interactuar con los participantes Alicia Hare, compartió y desarrolló las siguientes ideas:

- Cómo pueden los líderes ayudar a sus organizaciones y al mundo a prosperar en una época de creciente incertidumbre y volatilidad.
- Cuatro pasos para imaginar tu futuro y el de tu organización.
- Desarrollar una narrativa de liderazgo para inspirar a tu equipo y dar forma a tu legado.
- Cómo reunir a los equipos, las organizaciones y las industrias para crear un cambio duradero e impactante.

**Renée Richardson Gosline. Crear una cultura de Innovación y experimentación (Cultura de la innovación).**



Como líder en inteligencia artificial (IA) y economía conductual, Renée Richardson Gosline, durante su intervención trató lo siguiente:

- Pasos para que las empresas construyan y compartan valor con las personas con las que colaboran.
- Cómo diseñar una cultura de la innovación aprovechando los principios de la IA y la ciencia del comportamiento.
- Cómo la tecnología digital ha revolucionado la forma en que los seres humanos se comportan y toman decisiones -y las implicaciones para la estrategia competitiva.
- Aprovechar la IA centrada en el ser humano y la seguridad psicológica para desarrollar innovaciones que conduzcan a grandes recompensas.

### **Felipe Gómez. El poder del virtuosismo (Desempeño).**

De manera muy creativa, acompañado de la música, con el apoyo de un piano que él mismo estuvo tocando a lo largo de su conferencia, Felipe Gómez abordó y compartió su perspectiva en relación a:

- ¿Qué significa ser virtuoso y por qué es una cualidad importante para las organizaciones en el mundo actual?
- Identificar las claves para ser un virtuoso en todo lo que nos propongamos.
- La mentalidad y los comportamientos que los líderes y las organizaciones deben adoptar para prosperar en la Nueva Normalidad.
- La importancia de perfeccionar nuestros métodos, ser más conscientes de las actitudes que asumimos y hacer todo lo que hacemos con amor y pasión.



## Día 2

### **Nathan Furr. El lado de la incertidumbre: navegando a través de la innovación y la transformación (Transformación empresarial).**

Líder en innovación disruptiva, Nathan Furr, compartió su trabajo en torno al “El lado positivo de la incertidumbre (“The Upside of Uncertainty”), que junto con su esposa Susanna Harmonty realizaron y será publicado el próximo año por *Harvard Business School Press*, tratando los siguientes puntos:

- Desarrollar la capacidad de la incertidumbre: Cómo preparar mejor a los líderes y a los equipos para que identifiquen las oportunidades ocultas en lo desconocido.
- Herramientas para navegar a través de lo desconocido y evitar las trampas de la mala adaptación.
- Reestructurar, preparar, hacer y mantener: Cuatro enfoques para desarrollar tu capacidad de incertidumbre.
- Aplicar las herramientas tanto a nivel individual como organizacional.

### **Ammy Cuddy. Empoderar a las personas para que desarrollen su máximo potencial (Talento).**

A partir de su experiencia como psicóloga social, Ammy Cuddy reflexionó sobre cómo:



- Analizar los rasgos, comportamientos y prácticas necesarios para rendir en condiciones de estrés e incertidumbre.
- Aprovechar el poder de la presencia para impulsar una colaboración con los más altos niveles de confianza.
- Generar la confianza necesaria para facilitar la comunicación y la asimilación de ideas.
- Combatir el prejuicio: Explorar la anatomía del sesgo en el trabajo.

### **Lynda Gratton. Prepararse para el futuro del trabajo (Futuro del trabajo).**

Por medio de una video conferencia, debido a que, por las normas vigentes en los EUA, no pudo viajar de Londres a Nueva York; una vez más Lynda Gratton habló sobre el futuro del trabajo y actualizó algunas de sus ideas a partir de los sucesos provocados por la crisis de la pandemia del COVID-19 y el regreso a los espacios de trabajo. Abordó los siguientes aspectos en relación a su perspectiva sobre el trabajo:

- Analizar las tensiones creadas por los avances tecnológicos, su perdurabilidad y consecuencias para el futuro del trabajo.
- Reflexiones sobre una narrativa social cambiante: Las implicaciones que tienen para las empresas una reevaluación forzada de los valores fundamentales.
- Cómo líderes generan con éxito aprendizajes y cambio organizacional en entornos desafiantes y en movimiento.
- El equilibrio entre el trabajo, el hogar y la vida familiar: ¿Cuál será el impacto a largo plazo del coronavirus en la vida organizacional?



### **Matthew Weatherley White. La evolución de capitalismo (Sostenibilidad).**

Con un estilo relajado y poco convencional, pero preocupado por lograr transmitir sus ideas y afirmando su posición a favor del capitalismo, Matthew Weatherley White, habló sobre:

- Comprender la inevitable evolución del capitalismo: De Adam Smith a Milton Friedman y más allá.
- Cómo el capitalismo puede ser una fuerza para abordar los mayores retos a los que nos enfrentamos actualmente como sociedad.
- Comprender los “terremotos suboceánicos” que están produciendo “tsunamis” de cambio para posicionar a tu empresa en el éxito.
- Qué pueden hacer los líderes a la hora de asignar recursos y tomar decisiones sobre el futuro de su empresa.

### **Alan Mulally. Liderazgo: La transformación y el sistema de gestión “Trabajar en equipo” (Liderazgo organizacional).**

Finalmente, a partir de su experiencia como CEO de Boing y posteriormente de Ford Motors Company, y bajo la modalidad de una conversación que se dio a partir de las preguntas que Chris Stanley le fue realizando, General Manager de WOBI USA. Allan Mually compartió ideas, que anunció también serán publicadas el próximo año en un libro, sobre:

- Desarrollar y comunicar una visión inspiradora para unir y enfocar a tu equipo.
- ¿Qué significa trabajar en equipo?: Principios y prácticas para garantizar la responsabilidad y la colaboración.



- Repensar las relaciones externas con proveedores y clientes: Pasar de una relación de ganar/perder a ganar/ganar.
- Construir el camino para una ejecución sobre saliente: Implementación basada en hechos y datos.



(Certificado de asistencia World Business Forum, octubre 2021)

### **Algunas consideraciones sobre el World Business Forum y el Management.**

La experiencia de participar en “World Business Forum: The Incredible Now”, permite situar algunas cuestiones que resultan de mucho interés para los fines de la Investigación. Quizás el más importante de ellos, tiene que ver con el carácter estructural que tanto de la industria como de la cultura del Management conllevan. En la medida en que a pesar de la gran flexibilidad y capacidad de adaptabilidad que muestra, dentro de sus contenidos se puede percibir el carácter estructural que los constituye, en la medida en que siempre se trata del mismo contenido. Que no varía y tan sólo se renuevan y se actualizan en función



del contexto y el momento presente. De manera que, es posible constatar la adaptabilidad y la flexibilidad de los contenidos y medios de transmisión de la cultura del *Management*, que “dan cuenta de su polivalencia, es decir, de su capacidad para adecuarse a las situaciones y a los medios disponibles, lo que permite la conservación y el incremento de su productividad y autonomía” (Zangaro,2011, p.81).

Es decir, que la experiencia viva obtenida a partir de la participación en el del “World Business Forum: Remarkers”, México 2020, durante el año de la pandemia del COVID-19 y del “World Business Forum: The Incredible Now” 2021 a finales de la misma, permite constatar los planteamientos realizados por Marcela B. Zangaro, cuando señala que:

[...] el *management* es una práctica por la que el capital, como forma de las relaciones sociales de la modernidad, organiza el proceso de trabajo y la fuerza de trabajo, tanto subjetiva como objetivamente, a los fines del proceso de acumulación. Los componentes de esta práctica se diseñan y seleccionan históricamente en función de su adecuación a las condiciones de la competencia capitalista (2011, p.54).

Antes de la pandemia del Covid-19, durante la misma y después de ella, se encuentra la oferta de una serie de contenidos específicos que bajo el mismo argumento son ofertados a los líderes de las organizaciones. Encargados de diseñar los planes de trabajo y desarrollo de las empresas, mediante el establecimiento de objetivos de trabajo, que año con año son evaluados en las organizaciones en las que llevan a cabo su actividad laboral.

Al menos desde los años ochenta en los que, de acuerdo a los planteamientos del presente trabajo de investigación es posible situar la emergencia del *Management*, en su forma actual: se aprecia cómo en el fondo, más allá de los conceptos (gestados en la academia



anglosajona) y los distintos autores referentes dentro de la cultura del *Management* (considerados *gurús*) provengan de la academia o no, la industria del *Management*, difunde y trasmite las mismas ideas; promocionando una cultura que estructuralmente permanece. No cambia, solo se actualiza y se acomoda a los fines necesarios para el mercado. Tres ediciones del mismo Foro, “*The Incedible Now*”, con el mismo argumento, antes durante y después de la pandemia, permiten constatarlo.

En la medida en que tiene que ver con la regulación de lo que acontece dentro del discurso podríamos decir que es desde éste mismo que se ejerce el control. Foucault analiza tres procedimientos: el comentario, la disciplina y el autor. El comentario es el discurso que se dice sobre el discurso ya dicho; es un procedimiento de retorno. Se caracteriza por el hecho de que pareciera venir a decir lo que el texto comentado de alguna forma había silenciado, dado que funciona sobre el supuesto de que todo texto deja un no dicho que es necesario descubrir (Zangaro, 2011, p.66).

Sin embargo, pese a tratarse del mismo contenido de fondo, dicho de distintas maneras y por distintos representantes de la industria del *Management*, llama la atención cómo dichos contenidos siempre se presentan como nuevos hallazgos. Producto de arduas investigaciones de corte académico o bien de la experiencia de expertos que deciden compartir sus “fámulas de éxito”; para que otras “mentes inquietas que comparten la misma pasión por los negocios” (WOBI, 2021), también sean parte del éxito que el capitalismo y el modelo neoliberal son capaces de proporcionar a quien decida emprender el camino del éxito y esté dispuesto a trabajar por ello.



## Conclusiones preliminares el Management a partir de la experiencia en el World Business Forum.

A partir de lo anterior, es posible extraer distintas conclusiones en relación a los contenidos inherentes al *Management*. Sin embargo, aún queda por delante un importante recorrido que es necesario llevar a cabo, dado que la experiencia que hasta aquí ha sido posible obtener, constituye un primer acercamiento a la realidad que, dentro de las condiciones que a partir de la pandemia del COVID-19 tuvieron lugar en el mundo, ha sido posible obtener.

En ese sentido, surgen distintas situaciones que no dejan de ser llamativas. Una de ellas, es la capacidad de respuesta que la industria generadora de contenidos sobre el *Management* (situada principalmente en las universidades más prestigiosas de Estados Unidos e Inglaterra), tuvo ante la crisis de la pandemia provocada por el COVID-19, de generar los medios y adaptar sus contenidos (discursos e ideologías), para seguirlos poniendo a disposición de los ‘líderes de las organizaciones’ y de esta manera promover políticas de acción -al interior de dichas organizaciones-, que se busca implantar en los espacios de trabajo, y terminan por expandirse a otros ámbitos sociales, dada la centralidad del trabajo.

El “atractivo” de su discurso se basa en la idea de cambio permanente, la continua adaptación, el asimilarse e identificarse a las demandas del mercado, a la búsqueda del éxito, a reinventarse como empresarios de sí mismos, al “cero defectos”, a que lo económico sea la matriz de la disciplina personal (Lessarre, 2019, p.48).

Otra situación, sumamente llamativa tiene que ver la con globalidad con la que dichos discursos, de efectividad y eficiencia, son promovidos. El alcance global con el que cuentan y la fuerza de transmisión a gran escala que muestran tener. Así, *Coaching*, programación



neurolingüística y diversos *gurús*, junto a una notable eficacia comunicacional de los medios hegemónicos de difusión, trasladan al individuo los valores únicos de la eficacia (Leserre, 2019, p.49), produciendo o intentando producir determinada subjetividad en los trabajadores de niveles directivo y gerencial, conocidos dentro de estos discursos como ‘líderes de las organizaciones’.

Las formas de gestión o *management* definen -de manera implícita o explícita- un modo de ser y promueven su realización. Podemos decir, así, que el *management* define y promueve modos de ser en el trabajo, subjetividades con características específicas. Esta definición y esta promoción establecen las bases de la tecnología del yo en el dominio del trabajo en el capitalismo: establecen la matriz en la cual los sujetos realizan prácticas o procedimientos para la regulación de la propia conducta con el objetivo, de fijar su identidad, mantenerla o transformarla en función de un cierto número de fines, y todo ello gracias a las relaciones de dominio de sí sobre uno mismo o de conocimiento de uno por sí mismo” (Zangaro, 2011, p.55).

Con ello, se está convencido de que, la lógica de presente trabajo, permitirá que del entrecruzamiento de lo general y lo global del discurso de *Management* (nivel lógico de lo universal) y la especificidad de cada uno de los casos (nivel lógico de los singular), sea posible extraer puntos en común. Que, a su vez, permitan situar la incidencia del *Management* sobre la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras en el S. XXI y ahora, también, en los tiempos COVID y Pos COVID; circunscribiendo los resultados de la presente investigación a la particularidad del discurso del *Management* y de nuestro contexto histórico y cultural, situado en el presente trabajo dentro del nivel lógico de lo particular.



## CASO DOS: OSO TRAVA

### Una inmersión por el mundo del Management (trabajo autoetnográfico)

A continuación, como parte del trabajo de campo y como resultado de una aproximación en el mundo del *Management*, a través del consumo de productos ofertados digitalmente, desde los comienzos de la pandemia del COVID-19, y con la intención de profundizar en la comprensión de los efectos del discurso y/o cultura del *Management* en la subjetividad, se intentará llevar a cabo un ejercicio de inmersión por medio de la llamada autoetnografía.

“Si algo define a la autoetnografía es su propuesta de entender lo cultural y lo social desde lo personal. Se trata de profundizar en lo personal, en lo que el o la investigadora ha vivido y encontrar explicaciones profundas y comprensivas de sus experiencias” (Bernard, 2016, p.180).

Dicho trabajo autoetnográfico, se realizó a partir del “*Reto Gana tu Mañana*”, ofertado por Oso Trava en las redes sociales y por correo electrónico durante el mes de abril. El reto, de acuerdo a lo indicado por Oso Trava en el video de bienvenida, se propuso como un reto de:

“Diez días sumamente intensos en los que te voy a dar todas las herramientas para que puedas turbo cargar tu mañana de energía y crear hábitos que estoy ciento por ciento seguro que te van a cambiar la vida, porque vas a dominar tu día.” (Oso Trava, 2021).



## Reto “Gana tu Mañana”.

El “Reto Gana tu Mañana”, es ofertado como una solución ante los actuales problemas generados por el *Home Office*, a causa del encierro provocado por la pandemia del COVID-19. De manera que, en uno de los videos promocionales del reto, Oso Trava, señala lo siguiente:

“¿El encierro te bajó el ritmo y la productividad? La verdad es que sé cómo te sientes, ahora con el Home Office, parece que se te pasa la mañana volando, sin lograr absolutamente nada. Pareciera que no tienes tiempo ni ganas para conectar contigo o hacer ejercicio, ni para adquirir herramientas para ser mejor en lo que haces. Y ya ni me digas, activar tu mente para generar nuevas ideas de negocios que te traigan más ingresos. ¿Te suena?, ¿Es así como te sientes?

Tu problema de falta de energía y poca productividad, tiene todo que ver con cómo arrancas tus días. ¿Cómo se ven tus mañanas ahora? Seguro se ven como redes sociales, e-mails, noticias, estrés. Tus conductas automáticas te tienen viviendo sin ganas, con prisa y sin motivación. Y sin una gran mañana, probablemente el resto de tu día va a sufrir. Pero todo eso puede cambiar.

Si ganas tus mañanas, tendrás la energía y el enfoque que necesitas para construir una vida increíble empezando con cada día. Pero para eso tienes que salir de tu zona de confort. Te invito a ganar nuestras mañanas, juntos en un reto en vivo de diez días seguidos que te turbo cargarán. Turbo cargarán tu energía para darte el *boost* que necesitas para atacar el día de manera feroz.



Cada día, incorporaremos un nuevo hábito que prenderá el *switch* de tu alto rendimiento, para que vivas días ultra productivos de ahora en adelante. Únete al reto y aprende a dominar tus días empezando por ganar tus mañanas.

Este será un reto transformador, y tengo premios de hasta \$10,000 pesos en efectivo. Así que no te lo puedes perder. Te veo ahí. Vamos a ganar las mañanas juntos” (Oso Trava, 2021).

En otro de sus videos promocionales, comenzado con la advertencia “no veas este video si no te interesa salir de tu zona de confort”, continúa diciendo:

“¿Sigues ahí?, Excelente. Entonces, déjame contarte sobre el reto que te hará dueño de tus mañanas para turbo cargar tu día de energía, enfoque y motivación.

Yo soy Oso Trava, y no voy a dejar que sigas viviendo tu vida a medias, escondiéndote en tu zona de confort, porque si algo he aprendido de entrevistar gente extraordinaria, es que todos tenemos el potencial de cambiar nuestras vidas si adoptamos hábitos positivos de alto impacto. Yo lo he logrado en mi vida y quiero ayudarte a ti a hacerlo en la tuya. ¿Cómo?, ganando y protegiendo tus mañanas para que sean tuyas y de nada ni nadie más.

Si aún no lo has hecho, seguramente es porque nadie te ha explicado exactamente cómo hacerlo. Y por eso, quiero invitarte a un reto de diez días seguidos, en vivo, conmigo, en los que te voy a enseñar a ganar tu mañana para que puedas conquistar tu día sin pretextos y atacarlo de una manera feroz.



Es un reto así que te voy a empujar a tope, para que realmente lo logres; para que salgas de tu zona de confort.

Voy a enseñarte cómo puedes arrancar tus días prendiendo el *switch* de tu alto rendimiento, para que vivas días ultra productivos y volverlos un hábito que se queden contigo para siempre.

Únete al reto. Te va a cambiar la vida y tengo premios de hasta \$10,000 en efectivo para quien muestre el mayor compromiso. Aprovecha esta gran oportunidad, porque no sé si este precio va a durar mucho. Te veo adentro” (Oso Trava, 2021).

Así, al realizar la inscripción al reto por una cantidad de \$9 USD, es decir \$187 pesos, el primer paso consistió en realizar la inscripción a reto, dando *click* en el promocional del mismo. Recibí de inmediato mi factura y una serie de instrucciones para darme de alta en el grupo privado de Facebook “Reto Gana tu mañana”, y comenzar dicho reto con un video de Oso Trava de bienvenida al reto:

“Quiero darte la bienvenida, ahora sí de manera cien por ciento oficial al “Reto Gana tu Mañana”. Esto empieza el 26 de abril y van a ser diez días, sumamente intensos en los que te voy a dar todas las herramientas para que puedas turbo cargar tu mañana de energía y crear hábitos que estoy cien por ciento seguro te van a cambiar la vida porque vas a dominar tu día.



Empezamos entonces el 26 de abril y vamos a acabar el 5 de mayo; el miércoles. Todas las transmisiones van a ser aquí, por este grupo en el que ya estás en Facebook.

Vamos a hablar de los premios, vamos a hablar de cómo va a funcionar todo este tema de los diez mil pesos en efectivo y de los premios diarios. Que voy a tener para ti. La verdad es que no me quiero adelantar. No quiero que coman ansias, pero si les voy a decir que, para ganarlo, es súper importante que vayan a la primera sesión: la del lunes. Porque ahí les voy a explicar exactamente cómo hacerle y sólo quienes estén en vivo, -escúchenme bien, sólo quienes estén en vivo van a poder participar. Así que despiértense temprano y no se lo pierdan.

Aunque no puedo decirles mucho más, ahorita voy a darles un pequeño tip: tu participación en este grupo, en los comentarios, en la comunidad, funciona muchísimo. Porque acuérdate que hay un premio mayor y también va a haber premios increíbles diarios que tengo preparados para ustedes, así como muchísimas sorpresas.

¿Entonces cómo va a funcionar? Nos vamos a ver todos los días, aquí a las 5:45 de la mañana, puntuales. Cada día vamos a hablar entre quince minutos y media hora, y vamos a hablar de un hábito diferente y lo vamos a llevar a la acción con misiones. Se trata de que te quedes con una idea que puedas implementar y probar para cambiar tus mañanas y ese mismo día pasarla increíble; turbo cargado de energía.

Quiero que entiendas una cosa: esto es un reto. Y lo tomo como tal, así que te voy a sacar de tu zona de confort. Te voy a empujar, vamos a llevarte a lugares donde



no estás acostumbrado. Pero pues de eso se trata. Y quiero que, si estás aquí le saques algo de jugo; que pase más allá de los diez días. No quiero que esto se quede en un simple aprendizaje, en donde nada más eres una escucha, un espectador. Este es un proceso diario, donde vamos a tener batallas diarias y cada día va a ser una nueva victoria.

Así que mi compromiso es darte diez días turbo cargados de energía, para que aprendas a dominar tu mañana y mantener estos hábitos permanentemente en tu vida. Y para eso, sólo necesito una cosa: tu compromiso. Quiero que te comprometas a venir y que compartas tus procesos, que compartas tus logros todos los días aquí en el grupo. Porque si hacemos esto juntos, vas a ver que vamos a llegar mucho más lejos; juntos va a ser mucho más fácil.

Así que te invito a que compartas tus avances, tus resultados, aquí mismo, en el grupo de Facebook, con las dinámicas que vamos a estar haciendo todos los días.

Aquí en este grupo la realidad es que todos queremos lo mismo, ¿no? Queremos ganar nuestras mañanas, ser más productivos y vivir una vida plena, sin pena.

Así que hoy mismo vamos a empezar. Te voy a dejar una tarea en preparación, y esa es que te fijes un objetivo, que te fijes un objetivo que puedas compartir aquí en el grupo: en un post, en un video, en una foto, pero dinos qué es lo que quieres lograr en estos diez días de gana tu mañana. ¿Cuál es el cambio más grande que quisieras experimentar?



Comprometernos con algo es el paso número uno y cuando lo compartimos con personas que también están en el mismo carruaje- vamos a decirlo-, nos van a ayudar a conseguirlo, nos van a empujar, lo vamos a lograr en equipo. Así que, quiero que te animes, que seas vulnerable y nos compartas: cómo se ve para ti el hecho de ganar tu mañana; qué es lo que te va a dar, qué se va a abrir en tu vida si lo logras.

Este reto es nuestro y vamos a ganarlo todos. Así que vamos a empujarnos juntos.

Espero tus publicaciones aquí en el grupo, espero que compartas tus comentarios en las publicaciones de los demás. Y quiero que te prepares, porque ahora sí vas a salir de tu zona de confort: calentito en tu cama, que te tiene ahí acostado, en pausa y no vas a querer regresar.

Y una última cosa: en el texto principal de este post dejé el link para que añadas a tu calendario todas las sesiones y no se te olviden. Así que recuerda, si no está en tu calendario no existe. Toma acción, agrégalo a tu calendario y nos vemos el lunes veintiséis a las 5:45 a.m. para empezar este reto que te va a ayudar a ganar tu mañana y dominar tus días (Trava, 2021).

El viernes 23 de abril a la 1:05 p.m. recibí un correo, en que me recordaban que estábamos a tres días de comenzar el reto, junto con algunos de los *posts* que los participantes ya habían subido al grupo privado de Facebook:

“Hola soy Mónica y soy adicta a los 5 minutitos más”... 🤔🕒



Soy Ale Alfaro Wedding Planner de Bodas, mamá de 1 bebe de 2 años.

Me inscribí al reto ya que desde que soy mamá no he podido enfocarme en mí, necesito GANAR MI MAÑANA para mí.

En dicho correo, se indicaba que el próximo domingo enviarán un video con todas la indicaciones e información necesaria para “llegar con todo el lunes, puntuales a las 5:45” (Trava, 2021), a la vez que indicaban algunas otras cuestiones relativas a los comunicados que se habían publicado y se estarían publicando en el grupo de Facebook, para que los participantes estuvieran atentos y no se perdieran de ninguna instrucción.

Así, en efecto, el domingo 25 de abril, a las 4:45 p.m. recibí otro correo con un video vinculado al grupo de grupo de Facebook, en el que Oso Trava daba las instrucciones y algunas otras indicaciones necesarias para comenzar al día siguiente con el reto:

“Pues ahora sí, no hay fecha que no llegue ni plazo que no se cumpla y mañana, mañana mismo, empezamos el gran reto que te va a ayudar a ganar tu mañana y dominar tu día.

Antes de arrancar y para que llegues finito, finita al día uno: lo que quiero es explicarte porqué decidí lanzar este reto. Yo creo que, para construir un gran año, tienes que primero construir un gran mes y para eso, tienes que construir una gran semana, y para eso un gran día y para eso todo empieza con tu mañana.

En carne propia yo he vivido el impacto que puede tener (tanto positivo como negativo) la manera en que arrancas tu día. Y lo que yo quiero con este reto, es darte a ti las herramientas para que comiences tus mañanas sintiéndote increíble



con esa sensación que haga eco el resto de tu día. O sea que lo puedas apalancar. Que te de la energía y el enfoque que necesitas para dominarlo y conseguir todo eso que te estás proponiendo.

Yo quiero que lo primero que pase por tu cabeza cuando te despiertes sea un “qué emoción”, no un “qué flojera”. Quiero que te sientas lleno de energía, porque yo mucha gente veo que cree que cuando se despierta y como se despierta es como es y no hay nada que se pueda al respecto. Que, si no es una persona mañanera, pues no hay nada que lo pierda convertir en una persona mañanera, más que esperar tal vez un poco de café.

Y yo difiero, yo difiero porque he podido cambiar radicalmente la manera con que arranco mis días, con un impacto enorme en todos los aspectos de mi vida. Y te estoy hablando de mi salud, mi energía, mis relaciones, mis negocios y sobre todo mi felicidad.

Así que, la misión que tengo con este reto es enseñarte los pasos que yo y muchos otros *cracks*, de los que me rodeo con mucha frecuencia, seguimos para transformar la manera en que atacamos, en que arrancamos; en la que enfrentamos nuestros días, todos los días. Y te has de preguntar, entonces ¿Por qué lo hice un reto? Y quiero dejar algo muy claro: no estás compitiendo con nadie (a ver...sí hay premios), pero esto es un reto, porque te estoy retando a ti a poner en práctica nuevos comportamientos y a convertirlos en hábitos que van a mejorar tu vida de una manera muy importante.



Te estoy retando a salir de tu zona de confort. Te estoy retando a ir contra ti mismo. Es un reto en el que tú te vas a poner el ritmo. Tal vez, vas a querer probar todo lo que te presente, así de jalón, de una sola vez. O tal vez quieras ir aprendiendo, incorporando hábitos, uno a uno. Y sea lo que decidas, está bien. Lo que quiero es que te pongas retos que puedas manejar y vas a ver que constantemente vas a ver señales de progreso. Y cuando progresas, aunque sea un poquito, vas a querer seguir avanzando. Así que no te atasques. Esto es un maratón y no un sprint. No quiero que te quemes a los primeros tres días.

Así que, vamos a entrarle a cómo va a funcionar esto. Tengo diez lecciones preparadas, para que cada día que nos reunamos aprendas algo nuevo. Quiero que te quedes con una idea que puedas implementar y probar para cambiar tus mañanas. Cada día vamos a abordar un nuevo aspecto de la mañana: desde cómo duermes, hasta cómo piensas, hasta cómo te hidratas. Con fundamentos científicos y recomendaciones prácticas para que no sólo se quede en ideas, sino que lo puedas llevar a acciones que tengan impacto en tu vida.

Además de hábitos en cada video, te voy a recomendar algunos productos, apps o servicios que no necesariamente tienes que comprar o usar, pero que sí podrían ayudarte. Y en la sección de lista de compras te voy a dejar links y en muchos casos inclusive hasta descuentos que conseguí para adquirir alguna de estas herramientas de las que te hablaré, por si acaso las quieres probar o no. Pero, otra vez, no te estreses. No tienes que implementar todo de los que yo voy a hablar. Yo he pasado mucho tiempo experimentando y tú vas a decidir cuál de estos hábitos va a tener impacto en tu situación particular o cuál no. Y lo más importante es que en el grupo de Facebook, quiero que nos compartas con qué es de todo esto con



lo que te vas quedando. Qué sí te funcionó, qué no te funcionó; qué mejor manera encostraste o qué manera incluso conoces. Ahí vamos a estar mi equipo y yo para contestar tus dudas, pero lo más importante, lo más importante, es que quiero que aprendas de la experiencia de alguien más cómo tú, que tal vez ya aplicó alguna de estas cosas o tiene otras importantes que aportar. Además, voy a estar haciendo Q&As en vivo en ese grupo, así que es una gran oportunidad para resolver tus dudas y crecer juntos con la comunidad.

Y mucha gente también está preguntando, que “oye veo mucha gente participando en el grupo. ¿Cómo le voy a hacer para encontrar las transmisiones en vivo y que no se me pierdan? Y la verdad es que es muy fácil, es una pregunta muy importante, pero es muy fácil. Me emociona mucho leer tantos comentarios, la verdad. Y ver tantas fotos de gente ultra comprometida a cambiar su vida y por favor no pares de hacerlo. Este reto va a estar mucho mejor y va a funcionar más si entre todos nos seguimos inspirando: si no nos dejamos caer, si publicamos nuestros avances, si empujamos a otros a hacer lo mismo con aliento. Vamos a lograr esto juntos.

Y respondiendo a la pregunta de cómo encontrar de forma rápida mis publicaciones. Simplemente ve a la pestaña que dice ahí comunicados y las vas a encontrar en la parte de arriba del grupo de Facebook, debajo de la portada. Y ahí está todo lo que te quiero contar.

Además, me voy a asegurar de dejar *pinado* hasta arriba, para que cuando entres sea lo primero que veas. Cualquier video importante y las transmisiones de cada



día, como la primera cosa que aparezca en la pared del grupo. Así que, ahí va a estar todo. No te lo vas a perder. 5:45 a.m.

Los premios, todo sobre los premios diarios y el premio mayor, para la persona más comprometida, lo voy a explicar mañana mismo en nuestra primera transmisión. Por eso es muy importante que estés ahí, que estés puntual y que estés despierto, para sepas cómo te los puedes ganar. Y no quiero espolear nada, así que no te voy a contar mucho, pero te adelanto que todas las personas que sí cumplan el reto de los diez días, se van a llevar premios increíbles. Todas, no sólo el ganador.

Así que lo que tienes que hacer hoy, es una cosa: fijarte un objetivo de qué es lo que quieres lograr, qué cambio es el más grande que quieres experimentar en estos diez días y cómo se ve el éxito para ti; qué significa para ti ganar tu mañana.

Quiero que lo pienses y que lo compartas en el grupo para dejar ese registro de tu misión y hacerte responsable de tus resultados con la comunidad.

Tómalo con calma. Sé que debes de estar emocionado o emocionada como yo por empezar mañana, pero la emoción genera expectativa y la expectativa genera ansiedad y este reto trata de todo lo contrario. Yo quiero que estés tranquilo, que descanses. Así que, ve y empieza con algo muy básico que más adelante te voy a explicar a fondo. Pero arranca mañana agradeciendo por tres oportunidades, tres cosas buenas que haya en tu vida.

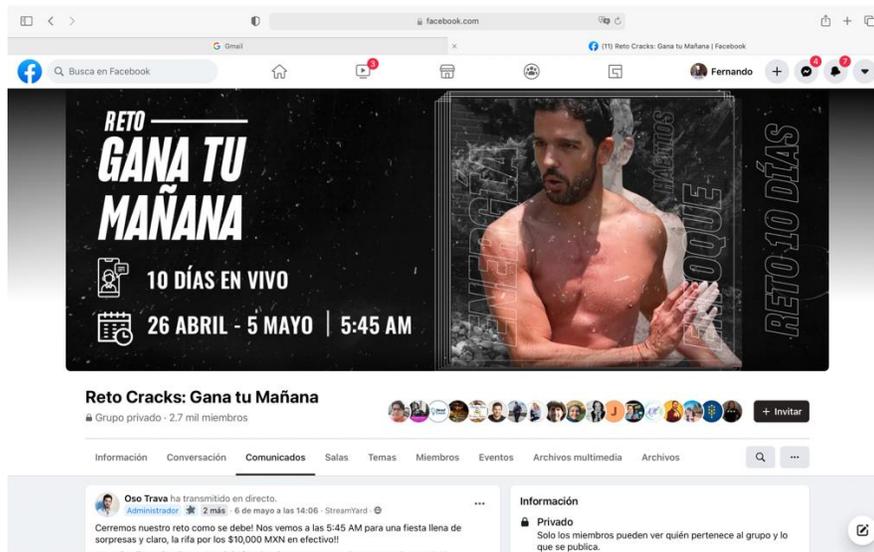
Así que hoy no comas ansias, este rato es de poco a poco. Un paso a la vez. Van a ser días, muy valiosos. Diez días muy valiosos. Diez días para transformar nuestras



mañanas, un día a la vez. Vas a tener acceso al contenido y a la comunidad para siempre. Para mí, esto que te voy a enseñar, ha sido mucho trabajo, pero la verdad ha sido un verdadero regalo. Quiero que, como yo aprendas a desarrollar todo este sistema y te va a cambiar la vida como a mí. Me siento más feliz, más lleno de energía y soy mucho, mucho, mucho más productivo. Y lo que te voy a ayudar a aprender estos días, te va a ayudar a crecer tus empresas, lanzar nuevos proyectos, triplicar tus ingresos y mejorar las relaciones que tienes con tus amigos, tu familia, tus colaboradores, con tu cuerpo. Hoy yo te voy a abrir la puerta a este sistema, para que tú también lo puedas hacer. Así que vamos a empezar mañana mismo. Agradece que estés aquí, así como yo me siento agradecidos de que tú te hayas decidido a compartir este reto conmigo y con toda la comunidad de personas que estamos aquí compartiendo y que vamos a cambiar nuestras mañanas con este gran grupo de hábitos que te voy a empezar a enseñar a partir de las 5:45, mañana mismo.

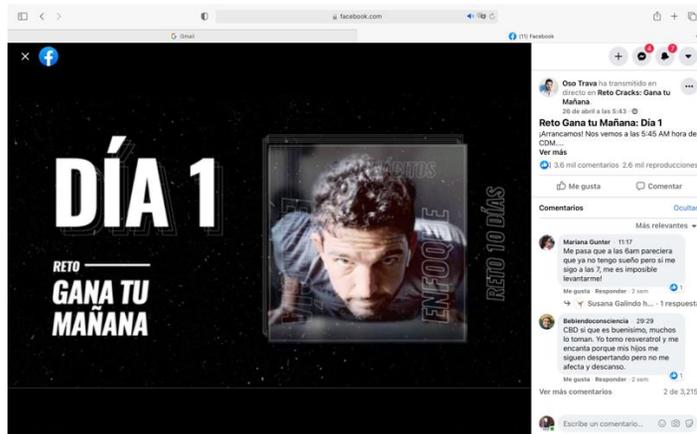
Así que pon tu despertador, confía en mi, párate a la primera. Despertador, párate a la primera, prende la compu. No veas esto en la cama. Despiértate, dame atención, dame fuerza y vas a ver que mañana es el último día que tu día te domina a ti. Vas a empezar a dominar tu mañana y lo vamos a hacer juntos.

Te veo mañana en la mañana” (Trava, 2021).



(Portada del grupo privado de Facebook “Reto Gana Tu Mañana”)

### Día 1: Reto Gana tu Mañana: Guardián del sueño.



(Portada Live “Reto Gana Tu Mañana”, Día 1, 2021)

El lunes 26 de abril, en punto de las 5:45 a.m. de la mañana dio inicio el primer Live en Facebook, correspondiente al primer día del “Reto Gana Tu Mañana”. Habiendo sonado el despertador, al levantarme un poco adormilado me dispuse a buscar el grupo “Reto Gana



Tu Mañana”, en mi cuenta de Facebook, a la vez que preparaba mi iPad para tomar notas y la grabadora de voz de otro celular, para grabar esta primera clase.

Ya habiendo entrado al grupo, a pesar de las indicaciones que habían dado los días anteriores (tanto en los videos como en los correos que nos hicieron llegar), no encontré con facilidad la ventana del Live de ese día para acceder a la clase. Sin embargo, a pesar de los inconvenientes, logré hacerlo puntualmente, ya que había puesto mi despertador considerando tiempo suficiente para que no se me fuera a pasar nada; menos aún tratándose del primer día del reto.

*“Gracias por dedicarle unos minutos esta mañana a tu bienestar y ahorita mismo vamos a comenzar”,* se escuchó decir en la ventana del Live a Oso Trava, antes de dar inicio al Live.

Vestido de negro, con pants con la leyenda de *Instafit* (empresa digital de la que es propietario Oso Trava) y una gorra con el logotipo de Oso Trava y de todos los productos y servicios de *Management* o crecimiento personal que ofrece; sentado y mostrando la parte del torso hacia arriba; con fondo sencillo, un florero blanco con flores de lavanda, sobre un mueble de madera y unos cuadros blancos sobre una pared también blanca: Oso Trava comenzó saludando a todos los participantes (más de mil personas conectadas en ese momento), que de acuerdo a los datos de la página del grupo privado “Reto Gana Tu Mañana”, constituyen una audiencia de 2,700 personas.

De esta manera, Oso Trava comenzó hablando, de las razones por las que decidió lanzar el “Reto Gana Tu Mañana”, en el que originalmente no esperaba tantos inscritos. Pues este reto estaba ligado a otro de sus programas de formación “Cracks del tiempo”, que de



acuerdo a lo que el indicó *“es un programa de productividad tomado por cientos de personas”*.

Así, se presentó y comenzó diciendo que su misión de vida es *“inspirar a una nueva generación de hispanos a que vivan vidas más grandes”*. Agradecía a las personas que nos habíamos decidido a inscribirnos en el Reto y a motivarnos a comprometernos durante todo el reto. Resaltando que lo que hacíamos no sólo era para los que estábamos haciendo el reto, sino que lo que estábamos haciendo, es algo que puede cambiar el mundo. Ya que lo que aprenderíamos durante los diez días del reto tendría un impacto en nuestra familia, amigos, colaboradores y el mundo en general:

*“¿Saben qué es lo que va a pasar en los próximo diez días? Lo cambios que realicemos en nuestras vidas, van a impactar la vida de todas las personas de las que nos rodeamos. Pónganse a pensar en esto: hoy ustedes creen que están haciendo algo por ustedes, pero la verdad es que estamos haciendo algo que va a impactar al mundo. Va a impactar a nuestros amigos, a nuestros colaboradores a nuestros empleados. Y les voy a decir porqué: porque cuando tú cambias, todo cambia. Y si tu cambias para ser más productivo, para ser más saludable, para ser más feliz, entonces, definitivamente el mundo a tu alrededor de ti, va a ser un mundo mejor. Así que, de todo corazón te agradezco por estar aquí, por ser parte de este reto y por querer hacer algo bueno para ti”* (Oso Trava).

Después de esto, volvió a dar una serie de instrucciones relativas al reto y a hablar sobre los premios y la manera en que estos se podrían ganar. Básicamente, para tener la oportunidad de ganar algún premio, se tendrían que ver todos los *Lives* de las 5:45 de la mañana y participar en las dinámicas que se realizarían cada día dentro del grupo de Facebook *“Reto*



Gana Tu Mañana”, a través del cual se tendrían que enviar las pruebas del cumplimiento de cada uno de los retos por medio de determinadas publicaciones.

El tema de esta primera mañana del reto, fue el sueño, la importancia de dormir y descansar, porque *“Una buena mañana empieza la noche anterior”*. Es decir que según lo que Oso Trava nos estuvo enseñando ese día, no se puede arrancar bien el día si no hubo un buen descanso la noche anterior.

Así que, Oso Trava explico los ciclos del sueño y la vigilia a través del ritmo circadiano. Explicó que el ritmo circadiano, tiene que ver con ciclos de veinticuatro horas que forman parte del reloj interno y biológico del cuerpo. Es decir, que en el cerebro se lleban a cabo actividades, funciones y procesos en segundo plano que son esenciales para el buen funcionamiento de nuestro cuerpo.

Explicó que el cerebro, que es nuestro reloj maestro, se guía no sólo por nuestra naturaleza sino también por señales externas y especialmente por la luz. De manera que realiza procesos ligados al ciclo del día y de la noche. Por lo que, cuando alineas tus actividades al ritmo circadiano, puedes promover que el sueño sea constante y reparador.

Por ello, es importante tomar en cuenta la hora a la que te duermes, cuánto tiempo duermes, cómo duermes y también cómo y en qué punto del ritmo circadiano te despiertas; ya que investigaciones científicas revelan que los ciclos circadianos juegan un papel integral en muchísimos aspectos de la salud física y de la salud mental.



Así que, cuando no dormimos, cuando no estamos en sincronía con nuestro reloj interno, con nuestro ritmo biológico, empezamos con el mal humor y con lapsus mentales. Incluso patrones de depresión.

Por eso, resulta fundamental reflexionar cómo llegas a la cama, cómo te preparas y con qué mentalidad lo haces, respecto a la actividad de dormir. Se trata de pensar no sólo en dormir, sino en si realmente estás teniendo o no un buen descanso.

En este primer día del reto, en el que el tema es el sueño, Oso Trava señaló que además de hacer una serie de recomendaciones, hablaría de tres aspectos que podrían ayudar a mejorar el descanso a la hora de dormir: establecer un horario, cómo te preparas para dormir y finalmente la manera en que te despiertas.

Del primer aspecto, que tiene que ver con establecer un horario, señaló que esto es fundamental para estar en sincronía con nuestro ritmo circadiano. Pues los desfases de horario, tales como los que provoca el *Jetlag*, conllevan una serie de secuelas importantes como pueden serlo trastornos del sueño, fatigas e incluso depresión. También irritabilidad, problemas de memoria, dolores de cabeza, problemas de aprendizaje, entre otras muchas cosas.

Por eso, no es bueno estar moviendo la hora en que dormimos y la hora en que despertamos, hacerlo más tarde o más temprano, ni saltarse noches de sueño por estar trabajando.

La solución a todo esto, entonces, está en el hecho de apegarte a horarios, puesto que facilita que tu cuerpo se acostumbre a seguir ciclos del sueño adecuadamente. Por ello, es



necesario determinar cuántas horas necesita cada uno para dormir y fijar un horario partiendo de la hora en la que deseas despertarte.

El fundamento de una buena mañana está en tener un buen descanso durante la noche. Y esto no se trata del número de horas que duermes sino del descanso efectivo que logras durante esas horas.

El segundo punto se refiere a la manera en que te vas a dormir y la importancia de prepararse para dormir. Se trata entonces de afinar una rutina para prepararte para dormir y lograr un mejor descanso, en la que es importante considerar, también, tres aspectos: la actividad de la mente, las condiciones óptimas para descansar a la hora de dormir y finalmente, la manera en que despiertas.

Respecto a la mente activa, Oso Trava señaló lo importante que es callar tu mente y calamar tu pensamiento, ya que durante el sueño se hacen las conexiones subconscientes que aprovechan toda la información recibida. Por ello, antes de dormir hay que tratar de tener un ritual que permita vaciar tu mente.

Lo puede hacer apuntando todo lo que tienes que hacer al día siguiente, antes de irte a dormir. También apuntando tus ideas, preocupaciones y cosas que no quieres que se te olviden. Esto te va a ayudar a liberar tu mente del estrés. Se trata de generar un ritual del cierre del día. Y si a media noche, llegarás a despertar con alguna idea en mente, si crees que encontraste la solución a algo o tienes cualquier ocurrencia, apúntalo en una libreta que tengas a un lado de donde duermes y vuelve a dormir.



En lo que a las condiciones óptimas para poder dormir se refiere, lo más importante es cuidar la luz, ya que esta es lo que más influencia al cerebro en toda su actividad. Es la palanca de mayor impacto sobre el ritmo circadiano. De manera que la luz del ambiente en el que duermes tiene muchísimo impacto para lograr o no un descanso adecuado.

La luz azul inhibe la producción de melatonina, que es la sustancia que se produce en el cerebro y ayuda a descansar y conciliar el sueño. Así que hay que realizarse una auditoría de luz a tu cuarto. Porque, aunque duermas y puedas conciliar el sueño, la presencia de luz puede impedir que logres un descanso adecuado.

Finalmente, el tercer punto a considerar para lograr un descanso adecuado, es la manera en que despiertas. Pues el *“Cómo despiertas puede tirar todo a la basura si lo haces incorrectamente”*, ya que hay distintas etapas del sueño y si llegas a despertar en un momento inadecuado, tu descanso se puede ir a la borda.

La etapa del sueño ligero, prepara el cuerpo para dormir. En la de sueño profundo, tu cuerpo regenera los tejidos, repara el músculo y los huesos, además de fortalecer el sistema inmune. Mientras que la etapa REM, es importante para tener la energía y el enfoque que quieres tener al día siguiente. Estos ciclos se repiten, una y otra vez, a lo largo del periodo de sueño.

Así que, el truco para despertar, consiste en no despertarte durante la etapa de sueño profundo, ni en la de sueño REM (que te saquen de un jalón), sino despertar durante la etapa de sueño ligero. La manera en que lo puedes hacer, es apoyándote en una serie de herramientas que actualmente existen que miden el sueño como el *OURA ring* o aplicaciones sencillas, que detectan el sueño y te despiertan en el mejor momento para



despertar, como *Sleep Space* o *Sleep Timer*, que es el que utiliza Oso Trava. De manera que al sonar el despertador, tu cuerpo está listo y hay que arrancar el día y no darle tiempo de caer de nuevo en otro ciclo del sueño en el que despiertes de golpe.

Por lo tanto, son tres las áreas que se deben de cuidar para lograr un mejor descanso: establecer un horario; prepararse para dormir cuidando el ambiente, luz, temperatura y lo que comes antes de dormir; y finalmente la manera en que despiertas.

De manera que, habiendo desarrollado estos temas a lo largo de la sesión de la mañana, Oso Trava recomendó uno de sus Potcast de CRACKS, y un par de libros que hablan sobre el sueño: *Why we Sleep* de Matthew Walker y *Sleep Revolution* de Arianna Huffington, para poder profundizar en este tema.

Después de eso, Oso invitó a probar todas las recomendaciones realizadas en este primer Live, y subir contenido y opiniones al grupo privado de Facebook:

“Quiero que agarres todo esto y lo pruebes. Y nos cuentes en el grupo qué es lo que estás probando y qué impacto ha tenido. Si lees en el grupo qué hizo la gente, qué le funcionó, qué no; puedes tener más información que te guíe a saber ciertas cosas y te vayas al grupo y nos platicues” (Oso Trava, 2021).

Finalmente, llegó la hora de explicar la dinámica de los premios, y Oso Trava indicó que existirían tres tipos de premios: premios diarios, para las que completen el reto del día; el premio para todos los que completen el reto; y el premio mayor de \$10,000 pesos.



El reto del día, se trataría de una tarea diaria que tenga que ver con el hábito que se revise en la sesión del día, y:

“Para comprobar que cumpliste esa misión vas a tener que evidenciarte en Facebook, porque queremos ver cómo todo el mundo lleva la teoría a la práctica” (Oso Trava, 2021).

De manera que, para comprobar la realización del reto del día, los participantes habríamos de tomarnos una foto llevando a cabo el reto del día, junto con el logo o medallita que Oso otorgaría al final de cada sesión, que también tendría que incluirse en el álbum de hábitos final y en la que se iría incluyendo una medalla cada día.

La tarea para esta primera sesión, en la que el tema abordado fue sobre el sueño. La misión consistió en dormirse una hora antes de lo acostumbrado, y subir la foto como una prueba del momento en el que los participantes nos disponíamos a dormir; siendo la hora en que subiéramos la imagen, la hora en la que nos dormiríamos. Debiendo enviar dicha imagen antes de las 10:30 de la noche.

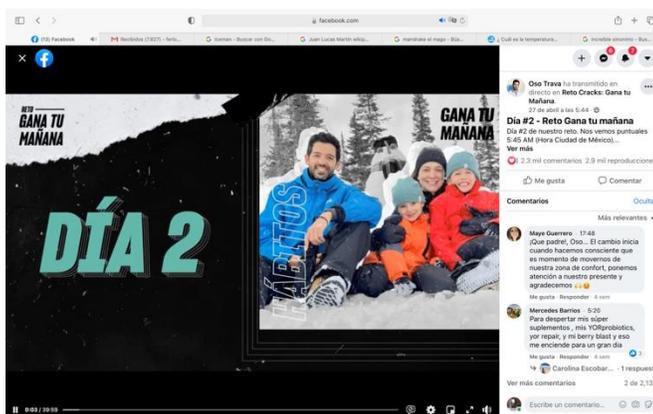
El premio para la persona ganadora de aquel reto, de acuerdo a lo que indicó Oso Trava en esta transmisión, sería uno con un costo mayor de \$2,000 pesos, que además ayudaría a tener un mayor descanso: “Que es la base para empezar una mañana con intensidad, con control” (Oso Trava 2021).

Y fue así como finalizó el primer día del “Reto Gana Tu Mañana”, en el que al finalizar la tarde compartí lo solicitado para la tarea o reto del día:



(Publicación y medalla del día uno del “Reto Gana Tu Mañana”)

## Día 2: Reto Gana tu Mañana: Gratitud.



(Portada Live “Reto Gana Tu Mañana”, Día 2, 2021)



De igual manera que la mañana anterior, en punto de las 5:45 a.m., dio inicio el segundo *Live* del reto “Gana Tu Mañana”. En esta ocasión Oso Trava, se encontraba en el mismo sitio y vestido de negro igual que el día anterior. Sólo que, ahora usaba una playera color rojo, debajo de la misma chamarra del pants de su marca *INSTAFIT*, de la mañana anterior.

Oso Trava, comenzó saludando a toda la audiencia, diciendo que ahí estábamos todos madrugando, preguntando si habíamos descansado y si estábamos listos para comenzar el día; a la vez que anunciaba que nos encontrábamos comenzando el día dos del reto gana tu mañana.

Dicho día, comenzó con la rifa del premio correspondiente al reto del día anterior. Oso Trava platicó que se había divertido muchísimo, viendo las fotografías que los participantes habíamos subido. Que unas habían sido muy creativas. Destacó también, que en total habían subido la evidencia del reto cumplido más de 1,300 personas. A la vez que invitaba, a los participantes que no habían subido la evidencia del reto, a que ese día lo hicieran, recordándoles que aún podían ganar.

Explicó el modo en que se haría la rifa, indicando que se había realizado una lista en Excel con el nombre de todas las personas que había publicado su foto. Que se había metido a un software, en el que se revolvían los nombres como si se tratara de una licuadora y que así saldría el nombre del ganador.

También dijo que el premio de hoy, en realidad serían dos premios. Un paquetito que él mismo había armado, para que el ganador pudiera dormir mejor. El paquete incluía uno de



los suplementos alimenticios mencionados el día anterior (gluconato o glicinato de magnesio) y una entrada para una *Master Class* de Elisa Sacal (la doctora especialista en sueño de la que recomendó escuchar el *Podcats*), con lo cual el premio de esa mañana tendría un valor de \$300 dólares.

Se dio a conocer al ganador de la rifa y el *Live* continuó con el tema del día de hoy, que ahora sí tendría que ver con la mañana. Dado que el día anterior había tratado sobre la noche, pero el tema de hoy ahora sí trataría sobre la mañana y tendría que ver con el primer pensamiento del día y la gratitud.

Oso Trava señaló que en un día tenemos miles de pensamientos, pero científicamente está demostrado que el 95% de los pensamientos del día son exactamente los mismos que los del día anterior. Es decir, que repetimos patrones y repetimos condiciones a través de nuestros pensamientos que normalmente tienen que ver con algo que quiero, que deseo, que me falta o que necesito.

Así, la mayoría de las personas estamos acostumbrados a ver espacios y vacíos; sólo aquello que nos falta. Más aun tratándose de *personas de alto rendimiento*, como los participantes del reto, que es gente que quiere hacer más, tener mar, producir más y ser mejor. Razón por la cual se está despertando más temprano para participar en el reto.

Las personas generalmente queremos obtener más y solemos estar enfocados a poner atención en cosas que no tenemos, en lo que no somos. Siempre estamos pidiendo cariño, amor y atención. Todo ello, nos envuelve en un estado de carencia que está presente desde el momento en que despertamos.



Todos los días despertamos pensando “Me falta”, y es eso lo que define nuestro estado del día. Es muy común despertarse con el “que flojera”, “hoy lunes, otra vez a trabajar”. Incluso Oso Trava comentó, que durante muchos años de su vida su primer pensamiento al despertar era “Que mamada”; equivalente a decir “que basura”, “que mierda”. Esa era la frase con la que él iniciaba la mañana todos los días.

“Esa afirmación me hacía poner atención en todo lo malo. Me hacía una persona bastante muy difícil de convivir, y aún muchas veces me llega esa voz que me tienta a ver lo negativo” (Trava, 2021).

Ante esta problemática, según Oso Trava, la solución es muy sencilla e incluso la podemos saber, pero como muchas cosas que sabemos que tenemos que hacer no las hacemos. La solución se llama gratitud.

“La gratitud se trata de reconfigurar tu mente para entender que nada es obvio. Se trata de centrar tu atención en aquello que tal vez ni ves. Eso que das por sentado, que ni siquiera notas, pero te permite estar aquí” (Trava, 2021).

“Toma un momento y ponte a pensar cómo vivimos. Nos ponemos a buscar la felicidad incansablemente. A veces hasta de manera nociva. Y esa búsqueda de la felicidad a veces nos hace centrarnos en porqué no somos felices” (Trava, 2021).

“La realidad es que la felicidad está en esas cosas pequeñas. Aunque parezca cliché, obvio o trillado. Piensa en la felicidad que nos provoca un paisaje, un atardecer: ¿Por qué nos gustan tanto las vistas de la naturaleza? El hecho de despertar, la



oportunidad que estás teniendo de despertar, dormir en una cama, tener agua caliente e la regadera” (Trava, 2021).

Así que, según Trava, poner nuestra felicidad en factores externos, tales como el reconocimiento, la validación, el aplauso de otras personas, nos deja sumamente expuestos a ser infelices. Puesto que, así como nos lo dan, nos lo quitan y así como lo ganamos, lo perdemos. Cuando lo pierdes, cuando te lo quitan o cuando disminuye, ahora eso hace falta y entramos en un ciclo que nunca termina: pasamos de un día maravilloso al peor día, cuando las expectativas no se cumplen o no se llenan.

En este sentido, Oso Trava, compartió a los participantes del *Live* de esa mañana, la manera en que él entendió que a través de la gratitud es posible cambiar la manera de ver todas las cosas.

“Hay una frase que me gusta mucho, creo que es de Tony Robbins, que dice que cuando cambias tus expectativas (cuando cambias toda esa mentalidad de que esperas que la vida sea de una manera -que una persona reacciones de cierta manera, que responda de cierta forma, que te den, que sea de una manera), por gratitud, por agradecimiento, por apreciación de los que es; cuando te enfocas en lo que es y no en lo que debería ser. Cuando te enfocas en lo que tienes y no en lo que te falta, entonces tu mundo cambia” (Trava, 2021).

Sin embargo, según Trava, es importante no confundirlo con conformismo. No se trata de pensar chiquito sino de pensar en lo que estás haciendo para llegar en lugar del espacio que te hace falta para llegar.



“Cuando te enfocas en la gratitud, entonces también alejas el enojo. Es como tener un estado mental súper poderoso. Es científicamente imposible estar enojado y agradecido a la vez. Inténtalo. Cuando estás enojado, intenta sentir gratitud por algo y una de las dos va a perder. Ya sea el enojo o la gratitud” (Trava, 2021).

Entonces, la gratitud es el “arma secreta de la vida” (Trava, 2021), por lo que es necesario hacer de ella un hábito y por lo tanto algo que se va a tener que forzar hasta lograr internalizarlo. Ya que cuando uno arranca sus mañanas con gratitud, se potencializan y si se logra hacerla perdurar durante el resto del día, seguramente te hará sentir de maravilla. Así le ha funcionado a Oso Trava.

Se trata de un esfuerzo de conciencia, ya que nuestro cerebro funciona como una computadora que interpreta nuestra realidad a través de nuestras creencias. Lo que vivimos es una simple interpretación de lo que percibimos a través de cinco sentidos muy rudimentarios. Hay que salir del victimismo y la carencia para vivir con gratitud, y que esta se vaya expandiendo. Por ejemplo:

“La meditación que como todos a veces hago y a veces no, lo que hace es remodelar las vías neuronales y reconectar nuevos circuitos, en mi cerebro, que me van a ayudar a pensar en forma positiva de manera sostenida. Y es un entrenamiento. Esto cambia nuestra percepción de la realidad y aumenta nuestra capacidad para enfrentar situaciones difíciles con mayor enfoque y menos miedo” (Trava, 2021).

Oso Trava aclaró, que no se trata de magia y que, si bien el tema del agradecimiento suena como algo muy metafísico o muy místico, en realidad no lo es, ya que tiene bases científicas.



“Para todos los que aún están medio escépticos y les suena a fantasía. Quiero platicarles que existen estudios que demuestran que incorporar la práctica del agradecimiento a tu día, reduce el cortisol, estabiliza tu frecuencia cardiaca y provoca ese sentimiento de bienestar general, tanto físico como mental en tu vida. Y por supuesto la de la gente que te rodea, porque si estás sintiéndote bien y eres una persona agradable y eres buena onda, entonces la gente quiere trabajar contigo, quiere establecer relaciones, quiere subirte a sus proyectos o dejarte colaborar en los suyos” (Trava, 2021).

Entonces, frente a la pregunta de cómo hacemos de la gratitud un hábito, la respuesta es muy simple. Sólo es cuestión de que todos los días, incluso antes de abrir los ojos, agradezcas tres cosas que tienes en la vida. Que cada que te despiertes, hagas el esfuerzo consciente de agradecer tres cosas distintas, tratando cada día de no repetir las del día anterior.

Por otra parte, habiendo desarrollado el tema de la gratitud y del primer pensamiento con el que despiertas, Oso Trava realizó tres recomendaciones que nos pueden ayudar a incorporar el hábito de la gratitud:

- 1) Una aplicación gratuita de *INSTAFIT GYM*: con audios para hacer ejercicio, que tiene un área de meditación que cuenta con una sobre la gratitud, guiada por Juan Lucas Martín, y dura entre cuatro y cinco minutos.
- 2) El episodio 29 de *Cracks potcast* de Juan Lucas Martín.
- 3) La aplicación de Oso Trava, llamada *Focus Journal*: que es un diario de enfoque y gratitud que puedes utilizar dos veces al día.

Finalmente, durante esta transmisión del segundo día del “Reto Gana Tu Mañana”, Oso



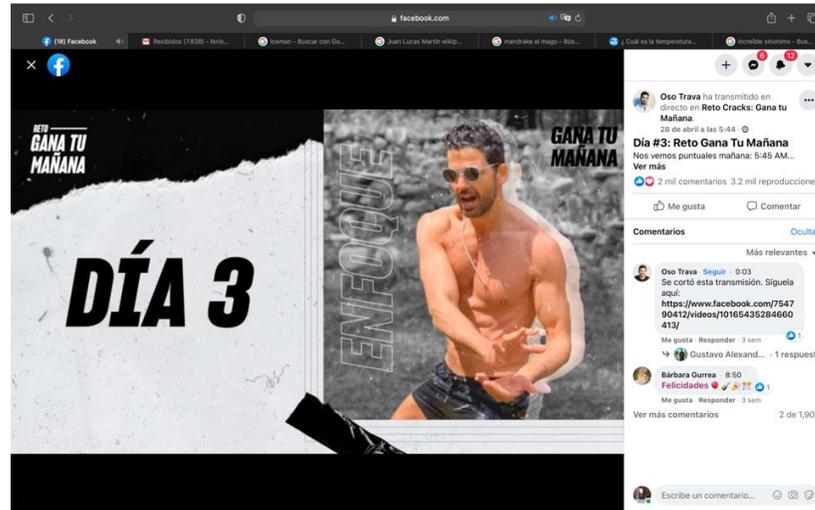
Trava dio las indicaciones para el reto correspondiente a ese día, y que dividió en dos partes.

La primera, se trató de anotar en un papel tres cosas por las que estás agradecido en tu vida, resaltando la importancia de conectarte con ello y no solo pensarlo, sino sentirlo. Tres cosas que pueden ser tu familia, tu casa y tu salud, o aquellas que cada uno considere importantes. Se trata de anotarlas en un papel, guardarlo en la bolsa o cartera y que cada tanto a lo largo del día lo revises, te tomes un tiempo para verlo y conectar con lo que te hacen sentir. Se trata de una misión que cambia tu vida.

Y la segunda, consistió en tomar una foto que representara una de esas cosas y la subiéramos al grupo de Facebook, antes de las 12:00 del día, que es el límite para poderla subir y participar en la rifa del premio del día siguiente.

(Medalla y publicación del día dos del “Reto Gana Tu Mañana”)

### Día 3: Reto Gana tu Mañana: Hidratación.



(Portada Live “Reto Gana Tu Mañana”, Día tres, 2021)

Una vez más, en el mismo *set*, vestido de la misma manera, pero ahora con playera gris, en punto de las 5:45 a.m. comenzó el Live del tercer día del “Reto Gana Tu Mañana”. Oso Trava, se notaba más motivado y despierto que los días anteriores (en los que por algunos momentos había parecido que le costaba trabajo articular algunas palabras y llevar la sesión, ya sea por algún comentario que él mismo hiciera o bien por algunas equivocaciones que llegaba a tener a la hora de hablar).

Comenzó anunciando que hoy era un día especial e increíble ya que la gente, que conformaban el reto, estaba llegando como personas diferentes; personas que atacan el día de una manera distinta.



Señaló que, en esta ocasión, casi 1,500 personas habían subido sus fotos, que manifestaban puro positivismo, puras cosas padres, puras cosas bonitas. Que en las fotos había mucho positivismo y estaban muy enfocadas en la gratitud.

Después empezó a dar una explicación relativa a la rifa de esa mañana y llevarla a cabo.

A propósito del premio de esa mañana, habló de quien dijo que era su *sen sei* de la gratitud: Juan Lucas Martín. Un psicólogo clínico que da cursos y conferencias relativas a la gratitud y a la sanación emocional y espiritual.

El premio de la rifa en esta ocasión, sería un pase al nuevo programa de trabajo de Juan Lucas Martín “The Givers”, con una duración en línea de seis meses en línea y un costo de \$600 dólares. Así, que esa mañana habría un afortunado ganador entre los 1,400 nombres que habían sido incluidos en la lista del reto del día anterior.

Una vez habiendo realizado la rifa, Oso Trava comenzó con el tema del día que, en esta ocasión tenía que ver la importancia de la hidratación.

Explicó lo que sucede en las mañanas cuando despertamos y durante las noches, en las que se pierden líquidos y sales, como consecuencia del agua que se pierde, no solamente por medio de la sudoración y las idas al baño, sino también por medio de la respiración. Por ello, un trago o un buche de agua por la mañana, puede ser que te quite la sensación de resequedad, pero no la sed como tal.



Por ello, para despertar bien, es necesarios algo más que un par de horas más paras dormir o una taza de café, pues uno de los principales problemas tiene que ver con la deshidratación que sufrimos a lo largo de la noche cuando dormir.

“Mucha gente tiene la idea de que sólo perdemos agua cuando sudamos o cuando vamos al baño a hacer pipí, pero también perdemos mucha agua durante nuestra respiración. Durante la noche podemos llegar a perder entre medio litro y un litro de agua solamente por respirar” (Trava, 2021).

Habló también del rol que tiene el agua en el cuerpo. Explicó que lubrica todas las articulaciones y los ligamentos; regula la temperatura corporal; nutre el cerebro y la médula espinal; y juega un papel fundamental en la gran mayoría de los procesos del cuerpo, desde el sistema circulatorio hasta la memoria. Además, que el agua también tiene mucho que ver con los procesos cognitivos.

Tener niveles bajos de hidratación, provoca que los órganos y el cerebro pierdan agua y por lo mismo se empiecen a encoger. Generando un sentimiento de menor energía, aletargamiento, mal humor, dolor de cabeza, disminución de la presión arterial, y por lo tanto de deterioro cognitivo y falta de concentración.

Por ello, si perdemos constantemente agua, es necesario compensar dicha pérdida y rehidratarnos. Es decir, que en la mañana lo primero que hay que tenemos que hacer es hidratarnos. Se puede hacer de diferentes maneras, y Oso Trava compartió una que considera su secreto.



Dicho método de hidratación, forma parte de lo que Oso Trava llama técnica “Revil”, que es uno de los bonos que le ofreció a la gente que compró el programa “Cracks del Tiempo”, que él mismo define como “un programa de diseño de vida, de control de la agenda e hiperproductividad con propósito” (Trava, 2021).

Según Oso, para poder entender el método de hidratación mañanera que él recomienda, es necesario quitarse la idea de que lo primero que hay que hacer al despertar es tomarse un café.

“Hay maneras mucho más inteligentes de hidratarte, porque lo que pierdes no solamente es agua. Durante la noche pierdes electrolitos; sales que te ayudan a las reacciones de tu cerebro, que te ayudan a realizar tus funciones biológicas, a regular la acides en la sangre, a facilitar la buena actividad muscular, la buena actividad neuronal y nerviosa” (Trava, 2021).

Es necesario, entonces, reponerse tanto en líquidos como en sales y en los electrolitos perdidos, tal y como es posible hacerlo, según señaló Oso Trava, con el “suero mañanero”, el “suero de Cracks”.

El suero, es un preparado que se puede realizar la noche anterior o en la mañana. Para prepararlo, se necesita poner en un vaso agua, a temperatura ambiente (no tiene que ser tibia ni fría); sal rosa del Himalaya, que, a diferencia de la sal blanca, cuenta con más de 60 minerales, como potasio, calcio, magnesio, hierro, entre otros; jugo de medio limón; y unas cucharaditas o un chorrito de vinagre de manzana sin filtrar, también conocido como vinagre con madre.



De cada uno de los ingredientes Oso Trava, explicó sus múltiples beneficios. De la sal rosa del Himalaya, destacó el alto grado de minerales que contiene y que, por lo tanto, permite la recuperación de los electrolitos perdidos durante la noche.

Del limón dijo, que además del sabor que le da al suero; las vitaminas con las que cuenta, proporcionan bioflaminoides, que son polifenoides que producen un efecto antioxidante muy significativo; que los hace muy efectivos para evitar el colesterol, pues evitan que dicho colesterol se oxide en los vasos sanguíneos. Además, te puede ayudar a eliminar calambres si vas a hacer ejercicio y te va a quitar la sensación de pesadez a la hora a la que te despiertas en la mañana.

También explicó que, el limón ayuda a activar los jugos gástricos, a mejorar la digestión y los niveles de azúcar en la sangre; además de mejorar la sensibilidad a la insulina e inclusive a reducir la presión arterial.

En resumidas cuentas, el “suero mañanero de Cracks”, es una maravilla porque que te ayuda a despertar, refrescarte y darle a tu cuerpo el *boost* que necesitas para arrancar el día.

Finalmente, recodó la importancia de estarse hidratando constantemente y buscar estrategias para hacerlo. Como dejar una botella de agua a un lado de tu celular y tomarle un trago cada tanto a lo largo del día. Ya que son los traguitos durante el día, los que permiten estar hidratado, en lugar de tomar grandes cantidades de agua en periodos espaciados.



Así, como en el resto de los *Lives* del “Reto Gana Tu Mañana”, Oso realizó una serie de recomendaciones que en esta ocasión fueron un par de *apps*, que permiten llevar un control adecuado de la hidratación.

Reflexionó sobre las recomendaciones que él realiza en sus distintos espacios y se refirió a sí mismo, como una persona como cualquier otra; que se encuentra descubriendo su camino, de la misma manera que el resto de los participantes.

“Este reto no se trata de complicarnos la vida. No se trata de sufrir. Se trata de ir probando cosas. Tampoco te estoy diciendo que te lo tienes que tomar todos los días, de aquí a que te mueras. Pruébalo, si te sientes bien (dale cinco días), si te sientes bien incorpóralo. Que te vale gorro, no lo incorpores.

Aquí no hay verdades absolutas y lo que quiero es darles herramientas que puedan probar y ustedes decidir si son cosas que les funcionan. Como yo lo he decidido: hay muchas cosas que he probado, muchas cosas que no me funcionan, muchas cosas que sí y que incorporo en mi vida casi permanentemente. Aunque hay veces que como todo flaqueo, se me olvida, el fin de semana me despierto tarde, no me hice el suero, etc. No pasa nada. Sé que son herramientas, sé que son cosas que me hacen mejor, que me ayudan a tener claridad, que me ayudan a tener energía y a atacar mi día con intención y la energía que necesito para dominarlo” (Trava, 2021).

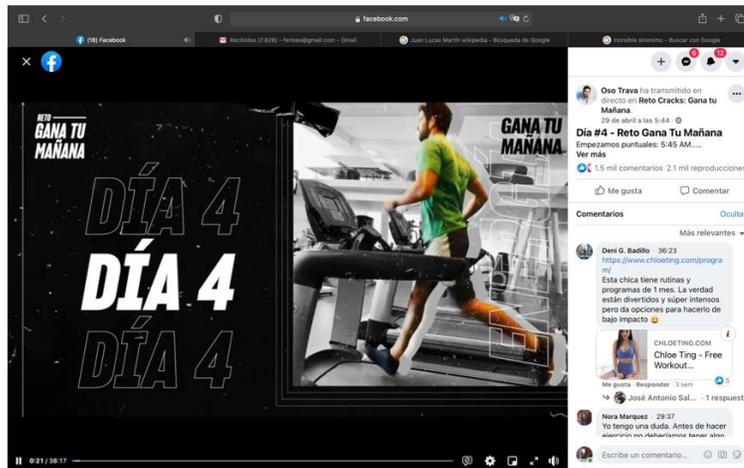
Por último, explicó la misión del día que en esta ocasión consistió en prepararse el suero mañanero y subir la foto al grupo tomándose, antes de las 12:00 del mediodía.

Proyectó la medallita de esa mañana, hizo algunas reflexiones más y así concluyó el Live de ese día; que además cabe destacar, presentó algunos problemas técnicos, ya que en algunos momentos la transmisión se fue, tuvo que restablecerse y se volvió a ir.



(Medalla y publicación del día tres del “Reto Gana Tu Mañana”)

**Día 4: Reto Gana tu Mañana: Ejercicio.**



(Portada Live “Reto Gana Tu Mañana”, Día cuatro, 2021)

Vestido de la misma manera que los días pasados y nuevamente con playera negra, grabando desde el mismo lugar que las mañanas anteriores, y pidiendo disculpas por las fallas técnicas que cortaron la transmisión del Live en dos ocasiones, Oso Trava en punto de las 5:45 de la mañana, con un “Listo para comenzar el día cuatro del Reto Limitless” (Trava, 2021), comenzó la cuarta sesión del “Reto Gana Tu Mañana”.

Inició comentando las fotografías del reto o misión que la gente subió el día anterior. Las caras de fuchi o de asco de las personas que tomaban el “suero mañanero” o “suero de Cracks”. Reflexionó sobre ellas, y dijo que si alguna persona consideraba que este hábito o cualquier otro restaba a su mañana, no era necesario hacerlo. Que el reto trataba de incorporar hábitos para ser mejores y dominar la mañana, pero no para sufrirlo.

Oso Trava mostró frente a la cámara su suero mañanero ya preparado y, diciendo salud, lo toma de un sólo trago hasta el final.



Habló también del compromiso y la asistencia que percibió el día anterior. Considera que algunas publicaciones, también muestran las ganas de muchas personas por probar cosas nuevas y dijo que, no se trata de cambiar todo a la vez sino de probar cosas nuevas y ver qué tal funcionan.

En esta reflexión sobre el reto del día anterior, destacó que el punto clave era probar y buscar la manera de hacerlo; de no buscar pretextos. Compartió que cuando uno de sus hijos no ha probado algo y dice que no le gusta, él y su esposa le prohíben que tenga esa actitud. Dejan que no lo coma o no haga algo nuevo si no le gusta, pero siempre y cuando lo haya probado primero. Entonces Emilio (su hijo) accede por obligación y a veces por orgullo dice que no le gustó, pero otras veces dice que sí y así, dijo Oso Trava se le abre todo un mundo nuevo.

Entonces, en este cuarto día de “Reto Gana Tu Mañana”, continuó hablando de compromiso, hábitos y cosas nuevas. De empezar a incorporar nuevos hábitos que nos den más energía.

Oso Trava explicó que, empezando por pasitos pequeños, se pueden obtener mejoras incrementales. Que no se puede mejorar de la misma manera todos los días; y que además hay veces que mejoramos sin darnos cuenta. Así que se puede mejorar haciendo un incremento minúsculo, pero siempre incrementándolo.

“Estamos ya en el día cuatro y muy pronto estaremos completado ya los diez hábitos, las diez áreas de mejora. Probablemente tu vida va a sentir que avanzó un escalón. Tal vez sientas que el campo de juego ya está un nivel arriba” (Trava, 2021).



Respecto al premio, señaló que debido a los problemas técnicos del día anterior -y aunque no habían sido culpa de ellos, pero asumiendo la responsabilidad por lo sucedido-, él y su equipo decidieron subir el nivel del premio de esa mañana. Este ya no valdría \$2,000 sino como \$7,000 pesos y ahora constaba de tres partes:

- 1) Un filtro de agua *Pi Water* de *Nikken*: para que el ganador y su familia estuvieran hidratados con agua totalmente purificada y alcalina. El día anterior habían estado comentando en las publicaciones del Facebook, muchísimo de los filtros *Nikken*.
- 2) Un bote de sal rosa de Himalaya.
- 3) Un bote de vinagre de manzana sin filtrar con madre.
- 4) 6 cajas de *Zoe water*, que estarían llegando a casa del ganador durante dos meses.

Además, las personas que no ganaran el sorteo del premio de esa mañana, podrían obtener el 25 % de descuento en las compras de *Zoe water* que hicieran por la *App* de la marca.

Así, después de haber realizado la rifa, Oso Trava comenzó a hablar del cuarto hábito del “Reto Gana Tu Mañana” y tema del día que hoy, que en esta ocasión fue el ejercicio y su importancia.

Destacó que los beneficios de hacer ejercicio son conocidos y también que, él lleva ya ocho años en la industria del ejercicio con su empresa de *INSTAFIT*.

“Te quiero explicar por qué a mí hacer ejercicio me ayuda. Verdaderamente cómo me cambió la vida en un sentido muy positivo. Pero sobre todo en un sentido muy



tangible. Más allá de sentirme flaco, sentirme fuerte, para mí el ejercicio es algo que ya no es un negociable” (Trava 2021).

Indicó que mucha gente no hace ejercicio ni tampoco lo hacen en la mañana y que la excusa más común para no hacerlo, es la de decir que no tienen tiempo. Que no les alcanza el día, para darse ese momento de cuidarse asimismo y darse ese tiempo.

“Puede que la creencia subyacente sea que es aburrido, que no son buenos para hacer ejercicio, pero el pretexto de todos es no tengo tiempo. Y la verdad es que si te das cuenta tú ya estás en este reto y estás ganándole probablemente una o dos horas a tu mañana. Y si lo estás haciendo, eres una prueba viviente de que el tiempo nunca se tiene, nunca tienes tiempo, nadie tiene tiempo. El tiempo se hace, el tiempo se crea, el tiempo se los dedicas a las cosas que más te importan” (Trava, 2021).

“Justo ese el concepto central de mi curso “Cracks del tiempo”, es esta idea de todos tenemos 24 horas al día. El tiempo es el recurso que nos reparten por igual a todos los seres humanos (puedes tener más salud, puedes tener más dinero, puedes tener más lo que quieras) pero con el tiempo no hay diferencias de tiempo.Cuál es la diferencia con el tiempo (la gente que hace una cosa u otra), es que le dedican, le deciden dedicar el tiempo a esa cosa que les pareció importante” (Trava, 2021).

Así, Oso Trava comentó que, en su curso sostiene la idea de que es posible generar todo lo que quieras. Que esta idea es algo importantísimo, porque la gente cree que no puede, que no pueden tener lo que quieran. Pero que puedes tener todo lo que quieras y que el tema



es que para tener todo lo que quieras, tienes que saber qué es lo que quieres. Tienes que definir qué significa todo para ti. Y tal vez, hacer ejercicio es parte de tu todo y si eso es parte de tu todo, entonces te vas a hacer el tiempo para hacer ejercicio.

Explicó que él hace ejercicio desde los dieciséis años y eso no significa que sea un atleta. Pero que, desde entonces hacia ejercicio, sin mucha estructura, sin mucho propósito, pero que siempre ha hecho ejercicio. También que lo hizo más intensamente cuando durante cinco años práctico *Crossfit*, se certificó como instructor y estaba lanzando su aplicación de *INSTAFIT*.

Así que, a partir de los veinticinco años, que lleva haciendo ejercicio, se ha dado cuenta que si lo hace de noche no logra dormir, pero que si lo hace durante la mañana se llena de energía y le quita el sufrimiento de una mala noche.

“El hecho de hacer ejercicio, de tener ese momento para mí, de conectar con mi cuerpo de sentirlo activo a mí me transforma. No soy un atleta de alto rendimiento, pero mi cuerpo si me lo pide. Y no solamente por la parte física de sentirme activo, de cómo que de echar a andar la maquinaria sino también por la parte mental”  
(Trava, 2021).

Habló de los múltiples beneficios de hacer ejercicio en la mañana, ya que es cuando menos distracciones hay y se puede aprovechar para arrancar nuestro día antes que el mundo. Antes de que los mensajes, los mails, el trabajo, la familia o incluso el clima se interpongan en el camino.



La mañana es una hora en la que la mayoría de las personas con las que interactúas están dormidas o distraídas en su celular o cualquier otra cosa. Así que, lo mejor es aprovechar para hacer ejercicio cuando el mundo está dormido; que es la hora en la que tenemos el mundo para nosotros solos.

Además, una ventaja de hacerlo en la mañana es que te permite establecer una rutina, y es una excelente forma de crear un hábito, pues así estás hilando cosas que inevitablemente pasan.

Hizo referencia a dos libros, “Hábitos atómicos” de James Clear y “The Tower of Habits” de Charles Duhigg, e indicó que de acuerdo a lo que estos autores plantean, cuando empiezas a hilar, es mucho más fácil que sepas que uno pasa después del otro, y uno pasa después del otro y entonces las cosas automáticamente se dan. Cuando quieres meter diferentes cosas en una dinámica cambiante, entonces tienes poco control, como que tienes pocos gatillos o pocas señales de qué es lo que sigue.

“En mi caso despertarme es muy rutinario. Me despierto, agradezco, me tomo mi suero, me visto, voy al baño y voy al gimnasio y listo. Punto, se lo que pasa.

Si lo dejo para más tarde ya me habló alguien, ya se cayó mi hijo, ya mi esposa tuvo que ir a hacer alguna cosa. Ya la señora que nos ayuda con la casa no llegó. Lo que sea. Entonces prácticamente pierdes el control. Y en la mañana, prácticamente todo depende de ti.” (Trava, 2021).

Formar un hábito, toma alrededor de veintiún sesenta y seis días. Más o menos dos meses, en los que, si te pones a hacer algo, prácticamente ya incorporaste el hábito.



Hacer ejercicio en la mañana fija el tono para el resto del día. En el caso de Oso Trava, según dijo, en este cuarto día del “Reto Gana Tu Mañana”, no hacerlo implica que pierda la estructura y el control. Ya que cuando lo hace, le permite fijar el tono para la rutina, pero también para tomar las decisiones del día. Es decir que, es como si empezara con el pie derecho, no sólo en un sentido filosófico sino físicamente también.

Señaló, que hacer ejercicio tiene unos efectos bien importantes en el cerebro. Te da mucha más energía. Y hacer una rutina en las mañanas es una de las formas en las que te puedes sentir lleno de energía, preparado para el resto del día, ya que cuando te ejercitas hechas a andar el sistema, pones a mover los fluidos y oxigenas más. Activas tu sistema circulatorio, mejoras tu sistema cardio-vascular y mejoras tu sistema inmune. Te da estamina, que es esta energía en general que te da el empuje que necesitas. Reduce el estrés, ya que sudar antes de empezar a trabajar disminuye los niveles de cortisol que es la hormona del estrés. De manera que hacer ejercicio, tiene beneficios no solamente físicos sino también psicológicos.

Mientras que, con la falta de ejercicio, tu postura empieza a sufrir, pues al estar sentado la mayor parte del día, aunque parezca que tu postura está relajada, la verdad es que estás tensionando muchas partes de tus músculos, que a través del ejercicio es posible volver a mover.

Además, lo mejor de todo, según señaló Oso Trava, es que hacer ejercicio mejora tu humor. Porque cuando estás haciendo ejercicio, liberas endorfinas que son los neurotransmisores del buen humor; los que te hacen sentir con brillo. Haciendo ejercicio, tu cerebro secreta ciertas sustancias que te dan felicidad, que es una de las razones por las que incluso algunas personas se vuelven adictas al ejercicio.



Así que, el ejercicio puede darte algo muy bueno, ya que tiene el potencial para cambiar la manera en que vives tu día:

“Hay días en los que no me siento tan activo o no me siento tan bien. Quiero ponerle atención a algo y bajo literal a caminar o hacer elíptica para tomar notas.

El simple hecho de hacer ejercicio, da el sentimiento de logro, de Hi5 personal. De que hice algo positivo y algo que me hace sentir bien” (Trava, 2021).

Según Oso Trava, cuando arrancas tu día ganando, al hacer ejercicio, puedes empezar a hilar los triunfos en el resto de tu día y por lo tanto tener una perspectiva mucho más optimista.

Por el contrario, cuando arrancas tu día de una manera reactiva, de una manera en la que tal vez otra vez sientes que pierdes el control porque recibiste un correo, porque algo no funcionó bien, entonces es muy probable que la percepción de tu día vaya de bajada; vaya en un tono de pérdida, de carencia.

Por lo tanto, hacer ejercicio, te da esta idea de logro; mejora tu enfoque; mejora tu concentración. Cuando estás haciendo ejercicio incrementas tu rendimiento cognitivo y piensas más claro. Tomas mejores decisiones, logras tener más calma y ser menos reactivo. Hacer ejercicio, mejorar tu salud física, mejora tu sueño. Te ayuda a dormir más profundo; en las noches te ayuda a quedarte dormido más rápido. Te ayuda a mejorar tu presión arterial.



Así, una vez habiendo realizado una extensa explicación en relación a los beneficios de hacer ejercicio por las mañanas, Oso Trava como en todos los días del “Reto Gana Tu Mañana”, recomendó una serie de recursos para realizar ejercicio, que en esta ocasión se trataron de algunas Apps:

- 1) INSTAFIT GYM: una aplicación (de su propiedad) totalmente gratuita. Que cuenta con rutinas de audio, principalmente pensadas en rutinas de peso corporal, en las que un coach te va diciendo qué hacer. Trae música y realiza el conteo para la realización de cada rutina.
- 2) INSTAFIT EJERCICIO EN CASA: Una app de videos para hacer ejercicio en casa sin aditamentos, que cuenta con más de mil rutinas de cuarenta, veinte y cuatro minutos.
- 3) FIT BOD: Que te arma rutinas con los aparatos y aditamentos que tengas en tu gimnasio.

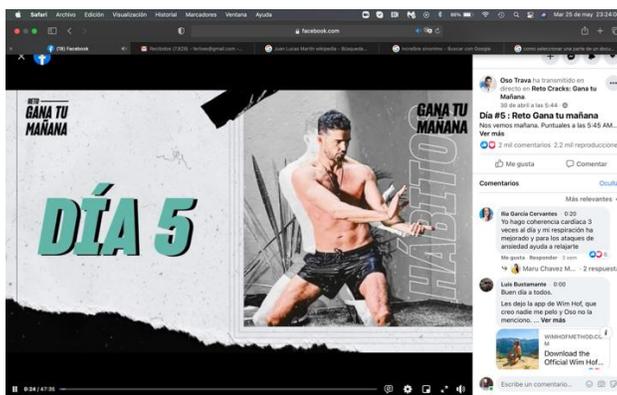
Así que, según lo dicho por Oso Trava, hoy puedes tener las herramientas y la guía necesarias para comenzar a hacer ejercicio. Finalizando la sesión del “Reto Gana Tus Mañanas”, con el reto o la misión del día que en esta ocasión consistió en subir una foto al grupo de Facebook haciendo ejercicio:

“Quítate los pretextos y ponte a trabajar [...] sé honesto, haz ejercicio y al terminar tus treinta repeticiones tómate una selfie y comenta qué sentiste, y vas a ver que mientras empieces a hilar hábitos vas a empezar a sentirte mejor” (Oso Trava, 2021).



(Medalla y publicación del día cuatro del “Reto Gana Tu Mañana”)

### Día 5: Reto Gana tu Mañana: Respiración más Meditación.



(Portada Live “Reto Gana Tu Mañana”, Día cinco, 2021)

Más despierto y sonriente que en días anteriores, nuevamente en punto de las 5:45 de la mañana, pero ahora en un escenario distinto y vestido solamente con playera blanca y sin



gorra, Oso Trava comenzó el Live del día cinco del “Reto gana tu mañana”. Desde el día anterior, había anunciado que saldría de viaje y que haría la transmisión desde la habitación de su hotel.

Así, el fondo de pared blanca, con cuadros también blancos y el florero blanco con flores de lavanda, ahora cambió por una puerta doble de manera color café, como si se tratara de la entrada de algún salón de conferencias del hotel en el que se hospedaba.

“Estoy en un lugar diferente. Estoy de viaje y estoy feliz de estar aquí con todos ustedes.

Vamos a dar el banderazo del día cinco. Va a estar difícil: yo estoy de viaje, ayer tuve una cena y me dormí tardísimo, pero aquí estamos iniciando con el día cinco del ‘Reto gana tu mañana’.

Ya llevamos 4 días de hábitos muy importantes y hoy vamos a hablar de un hábito también muy extremo.

Hoy vamos a subir un poquito el nivel. Y les voy a hablar de un hábito, que puedes utilizar para no solamente para ganar tu mañana sino también para cualquier momento de estrés, para cualquier momento de resto del día” (Trava, 2021).

Habló también del número de gente que estuvo participando en el reto. Comentó que cada día había estado disminuyendo la cantidad de gente. El reto comenzó con 2,000 participantes, el día anterior había 1,700 y ahora a ver cuántos participarían.

“Pero tú ya estás aquí y ya te diste cuenta que este reto es contra ti mismo. Te puede costar o no, pero aquí estás venciendo y mi trabajo aquí es uno: es seguirte



empujando, seguirte estirando, logrando esta semana que tengas una semana y unos diez días y un reto repleto de aprendizajes” (Trava, 2021).

Señaló que los participantes nos habíamos salido de la zona de confort desde la hora en que nos despertábamos y por las cosas que probamos, como el suero. Que ahora estamos adquiriendo herramientas que, a nuestro parecer vamos a poder elegir para ser más productivos, más saludables, más felices y sentirnos mejor con nosotros mismos, probando cada uno de los hábitos aprendidos durante el reto.

Explicó también la dinámica del álbum de las medallas que ha ido publicando en cada uno de los Lives del reto. Comentó que al final del reto, tendríamos que pegar nuestras estampitas, mientras que advertía que era importante no perdernos ninguna transmisión, para poder participar en el reto final. El reto por los \$10,000, asegurando además que todos los que manden su álbum completo tendrían un premio increíble.

Oso Trava, comentó también las fotos del reto que fueron publicadas el día de ayer en el grupo de Facebook. Habló de la importancia de tomar acción y no poner pretextos, de proponer soluciones en lugar de poner trabas.; tal y como se podía notar en el grupo por las fotos publicadas. Resaltó el hecho, de que la actitud positiva, al final se traduciría en resultados increíbles en la vida de cada uno de los que estábamos participando en el reto.

Habló del premio de esta mañana, que consistiría en un año completo de acceso a *ISTAFIT* ejercicio en casa. La App de ejercicios (propiedad de Oso Trava), que cuenta con videos ilimitados de Baile, Yoga, Kick Boxing, Meditación, Pilates, etc. con un costo de 120 dólares al año. El premio también incluyó un chaleco de peso (de *ISTAFIT*), de neopreno con arena adentro y un peso de aproximadamente de 3 kg.



Finalmente, habiendo revelando el ganador del premio de lamañana, Oso Trava comenzó a hablar del hábito de ese día, que en esta ocasión lo anunció como un hábito sumamente inspirador: el hábito de la respiración y la meditación.

Explicó que, respirar es una de las acciones que realmente puedes utilizar para ejercitarte, llenarte de energía y también para reducir el estrés

“Hoy tú ya no eres de los que se quedan sentados. Tú ya hoy eres de los que toman acción, que si te duele algo te tomas la medicina, no solamente me dices me duele la cabeza, me duele el cuerpo. Hoy tú ya eres alguien que por cinco días seguidos se ha despertado más temprano de lo normal y está tomando acción. Así que hoy te quiero dar esta herramienta: el hábito de la respiración” (Oso Trava).

Se trata entonces de hablar de la respiración, pero no de cualquier tipo de respiración, sino de la respiración diafragmática. Que es un tipo de ejercicio de respiración que ayuda a trabajar y fortalecer el diafragma. Un músculo sumamente importante, que te ayuda a respirar. Es el músculo que separa tus órganos abdominales de los pulmones. Cuando inflas la pansa baja tu diafragma y cuando sumes la pansa sube tu diafragma.

Cuando trabajas la respiración diafragmal, estás aumentando tu capacidad pulmonar. También se llama respiración abdominal y tiene una serie de beneficios que impactan en todo el cuerpo. Es la base de muchas técnicas de meditación y muchas técnicas de relajación.

Además de aumentar tu capacidad pulmonar y oxigenarte mucho más, te ayuda a bajar tus niveles de estrés y bajar tu presión arterial. Influye en muchísimos procesos corporales. Te



ayuda a relajarte, a reducir los efectos del cortisol; la hormona del estrés. Ayuda también a que reduzcas tu frecuencia cardiaca, disminuyendo tu presión arterial; a trabajar la zona abdominal que fortalece toda tu zona media; y los músculos estabilizadores, esos músculos chiquitos que están cerca de tu columna vertebral y evitas lesiones.

Al practicar la respiración diafragmática, fortaleces tu cuerpo físico, pero también aumentas la capacidad que tienes para hacer ejercicio intenso y al aumentar tu capacidad pulmonar, reduces tu frecuencia respiratoria, que hace que aguantes más sobre todo en ejercicios aeróbicos; te da más condición.

Según amplia explicación que Oso Trava, estuvo dando respecto a la respiración, hay muchas maneras de practicar la respiración diafragmática, pero la que él compartiría esta mañana es la que él mismo (como todos los hábitos compartidos a lo largo de todas las mañanas del reto) practica y se llama: método “*Wim Hof*”.

El método “*Wim Hof*”, es una práctica que implica respiración diafragmática, meditación o mentalidad y exposición al frío para mejorar tu sistema autónomo y tener acceso a tu sistema nerviosos central.

Es un Método desarrollado por un holandés, mejor conocido como *Ice Man*, que se llama Wim Hof. Es muy famoso por los records *guinness* con los que cuenta por hacer cosas sobre humanas. Subió el Everest en traje de baño, ha corrido un maratón descalzo en el polo norte, estuvo dos horas en una cubeta cubierta de hielo. También en un experimento utilizó su mente para suprimir los efectos de un virus que le inyectaron. Con lo que para Oso Trava, todo esto habla del acceso que tiene Wim Hof, por medio de la respiración, tiene al su sistema inmunológico.

Todo lo que ha logrado realizar Wim Hof, es prueba del poder de la respiración, de la mentalidad y de la exposición al frío que nos aportan habilidades que, incluso para mucha gente podrían parecer sobre humanas.



Por ello, según Oso Trava, normalmente lo que él realiza durante su práctica de meditación mañanera es la respiración diafragmática, basada en el método Wim Hof, que en esta ocasión se dispuso a explicar cómo se puede hacer.

Realizó dicha explicación, mostró cómo hacerla, no sin antes advertir que se trataba de un ejercicio bien fuerte y poderoso, en el cual se podía correr el peligro de que, por la hiperoxigenación y la constricción de algunos vasos sanguíneos, generadas por este tipo de respiración, se presentaran determinados efectos como mareo, cosquilleo en las manos, entre otros.

Indicó que, al hacer este ejercicio, lo más importante es observar cómo se va sintiendo el cuerpo. Se pueden sentir algún tipo de cosquilleos en las manos, que se te medio duermen los brazos y otras cosas, pero es importante no preocuparse porque no está pasando nada. Simplemente se trata de una reacción del cuerpo, frente al esfuerzo, la hiperoxigenación y la hipoxia generadas.

La hipoxia se refiere al cambio de ciclo entre el llenado del sistema de oxígeno y el sostenimiento de la respiración; es parte del proceso inducido por el método Wim Hof. Ya que se elimina el oxígeno y se satura el sistema de dióxido de carbono. Por lo tanto, son los efectos que provocan estos dos ciclos que, en palabras de Trava, pueden llegar a ser un poquito extremos.

Y fue de esta manera que Oso Trava, procedió a la explicación del ejercicio:

“Haces tres rondas de respiraciones profundas en la mañana. Son tres rondas de treinta respiraciones. Que respiras profundamente inflando la pansa, no retienes el aire, y exhalas, pero sin exhalar completamente. No vacías tus pulmones como un globo. Inflas, puede ser con la nariz, puede ser con la boca y exhalas solo lo que naturalmente sale. Haces treinta respiraciones de este tema, en la última



exhalación vacías tus pulmones y aguantas sin respirar unos 10, 15, 30 segundos y después una respiración profunda otra vez. Puedes respirar normal (dos o tres respiraciones) y empiezas de nuevo el ciclo de treinta respiraciones nuevamente. Hacer treinta respiraciones violentas, haces un periodo de aguantarte sin respirar, habiendo vaciado tus pulmones y después puedes recuperar un poquito tu ritmo y empezar treinta respiraciones otra vez y esto lo haces tres veces. Treinta, descanso, treinta, descanso, treinta, descanso” (Trava, 2021).

Lo que Oso Trava recomienda hacer durante los descansos, son tres meditaciones de visualización muy específicas que más adelante explicó.

“Van a ver cómo se van a llenar de energía, como hasta sienten un poquito de cosquilleo en las manos, pero sobre todo van a sentir un como Hi. Ósea, sí se van a sentir un poco ligeros de la cabeza, pero les va a dar mucha energía este tipo de respiración. Y esto lo pueden usar a lo largo del día para despertarse, para desconectarse de alguna situación que los traiga molestos y sobre todo en la mañana para ganar esta claridad (Trava, 2021).”

Comentó también que, hay días que sólo realiza treinta respiraciones, y que el ejercicio de respirar profundo, de enfocarte tan activamente en la respiración, es como parte de una meditación. Con un efecto físico importante, pero que también da un momento de paz. Es decir, que te puede hacer sentir más despierto. Sobre todo, cuando puede ser que te sientas muy cansado.

Entonces, en las pausas Oso Trava, recomienda hacer tres prácticas diferentes:



En la primera, mientras se aguanta la respiración y después, a la hora de recuperar la respiración normal, lo que se puede hacer es pensar en lo que agradecemos en la mañana al despertar. Tratar de pensar en lo que se agradeció esa mañana o bien en tres cosas que a uno le hagan sonreír. Tratar de pensar en ello y darle un minuto o lo que dure, para conectar con aquello que nos hace sentir felices y agradecidos.

En la segunda, Oso Trava dijo:

“Hago treinta respiraciones más. Aguanto y en ese momento lo que empiezo es a pensar en una conexión con algo más. (no soy religioso, no soy alguien sumamente espiritual, pero si siento que soy alguien conectado con algo más).

En la segunda pausa, mientras tengo los ojos cerrados, imagino que un rayo de luz entra por la parte de arriba de mi cabeza. Lo veo de diferentes colores (a veces amarillo a veces azul), pero siento como va conectando. Es mi momento de ponerme consciente de que soy parte de algo más grande, y esa luz la dirijo y siento como baja de mi cabeza, hasta mi corazón y después sale por mi coxis. Como si fuera una luz que me atraviesa como una espada y que sigue su camino al centro de la tierra” (Trava, 2021).

Señala que suena medio loco, pero que es lo que hace y eso le ayuda a sentirse conectado. De manera que cuando vuelve a respirar, se arranca con la tercera serie de treinta respiraciones, aclarando que todo el proceso debe de llevar entre ocho y diez minutos, de forma que puede tomarse como el momento de meditación del día.

Finalmente, en la tercera serie de respiraciones y al final en la tercera pausa, Oso Trava indica que se toma más tiempo y lo que hace es visualizarse en un momento en el que está



feliz, contento y en el que se desempeñando con gran performance. Un momento en el que esté en *flow*.

“Me transporto a un momento que no ha pasado y yo me imagino bajándome de un helicóptero de la punta de la montaña con los skys, en una pista hermosa, llena de nieve muy suave y como mi esposa se va moviendo en la nieve muy suave y ese es el sentimiento con el que conecto. Un sentimiento de un momento futuro que traigo al presente y me hace sentir muy bien” (Trava, 2021).

Indicó que él utiliza la respiración diafragmática, en lo que llama un ejercicio de “medio meditación”, que incorpora varias prácticas. Con lo que al final para cerrar este ejercicio, explicó que cuando está a punto de abrir sus ojos, lo que hace es repetir una afirmación; una afirmación que tiene escrita y memorizada, que repite todos los días como martillito.

A propósito de este último punto, habló del psicólogo argentino Juan Lucas Martín, especializado en traumas, estrés postraumático, trastornos de la ansiedad y dolor físico. Juan Lucas Martín, según Oso Trava, muestra la forma de convertirte en la persona que quieres ser, desde el día de hoy siendo ya esa persona.

Se trata de conectar con un futuro que no ha sucedido pero que ya sucedió, y para lo cual Juan Lucas Martín, tiene una frase que es “Hecho está”, que remite a algo que ya sucedió en el futuro. La idea es que empieces a vivir desde ya la verdad que quieres; esa que hay dentro de ti y que deseas construir. Por lo tanto, según Oso Trava, la idea es comenzar a vivir desde ya la verdad que hay dentro de ti, que puedes construir, y se trata simplemente de emocionarte y sentirlo.



“Suenan medio místico, pero a mi me ayuda mucho traer esos momentos que están en el futuro al presente, con el pleno conocimiento de que ya pasó. No importa que es lo que esté viviendo yo ahorita, eso va a suceder si dejo de enfocarme en mis miedos, en mis carencias, en mis tristezas y me enfoco en todo lo bueno que tengo y pongo mi atención en hacer que suceda. Hay una frase que dice que donde pones tu atención pones tu energía. Así que, si pones tu atención en esta situación, vas a pensar en crearla, vas a empezar a crear más de lo mismo. Así que se trata de pensar en lo que quieres lograr. Pensar la imagen en tu mente de cómo quieres ser, cómo quieres estar y eso al final del día va a lograr que tu cerebro crea que es verdad” (Trava, 2021).

Oso Trava, destaca cómo, los químicos que se generan dentro del cerebro, con el agradecimiento son tan poderosos que te pueden ayudar hasta a curar tu salud, a sentirte más vivo, a sentir más energía. Por lo tanto, puedes purgar la generación de químicos positivos, de químicos de placer, de químicos de energía con el enfoque, a través de tus pensamientos y así a empezar a tener una herramienta poderosísima.

Posteriormente, Oso Trava, en este quinto día del “Reto Gana Tu Mañana”, mostró cómo se puede crear la frase, afirmación o mantra que él utiliza en la última parte de la meditación.

Para hacer la afirmación, se requiere de tres sencillos pasos. Primero comienzas la frase con un Yo; es decir un yo soy, yo tengo, yo puedo; que tiene que estar en tiempo presente, con lo que te das una realidad y te otorgas una identidad. Segundo, utilizas palabras motivadoras, esperanzadoras y abiertas que te eliminen ansiedades, como pueden serlo: ilimitado, infinito, sin fondo, todo, sin fin. Por ejemplo “Puedo hacer cualquier cosa”, “Todo



está disponible para mí”. Lo importante es que dichas afirmaciones te otorgan una identidad e eliminan límites. Y, por último, el tercer paso consiste en que parte de tu afirmación o tu mantra, incluya un resultado específico que busques obtener; que eres alguien que puede crear valor, que puede tener impacto o que inspira respeto.

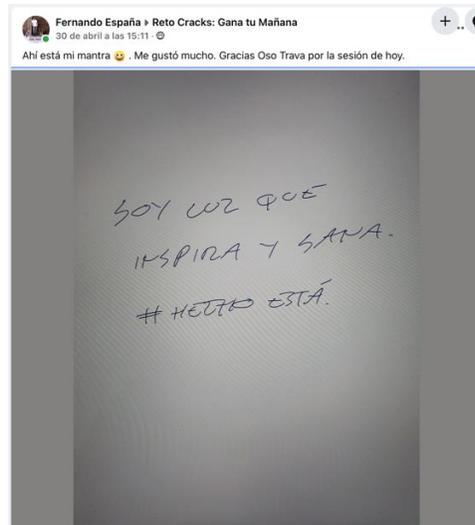
Cuando asumes la responsabilidad y le agregas este resultado con un tono de sentimientos ilimitados y conectas con esa frase -que es algo que significa algo para ti y te los estás repitiendo todos los días, es algo que te termina convenciendo-, terminas por creértelo.

Por lo tanto, si te programas, lo recuerdas al principio de tu día y lo haces terminando el ejercicio de respiración (en el que tu cerebro está en un estado de trance), entonces puedes atacar tu día como esa persona que estás manifestando. Como esa identidad que estás asumiendo.

Y finalmente, para saber si tu afirmación funciona tu afirmación, es necesario que veas cómo te sientes cada vez que la repites. Pues tiene que ser una frase que verdaderamente te motive, que verdaderamente te conecte, y que te dé la actitud correcta para seguir y dominar tu día.

Entonces, el hábito del quinto día del “Reto Gana Tus Mañana”, se refiere a las respiraciones diafragmáticas, con intervalos de meditación o visualización y final tu afirmación, tu mantra.

Las recomendaciones de este día, fueron una serie de apps para meditaciones como: *INSTAFIT*, que cuenta con una sección de meditaciones; *CALM* y *HEAD SPACE*, así como la aplicación de meditación guiada de Wim Hof, y las 21 meditaciones de Deepak Chopra, que giran en torno a la abundancia.



(Medalla y publicación del día cuatro del “Reto Gana Tu Mañana”)

### Día 6: Reto Gana tu Mañana: Blinda tu mente.



(Portada Live “Reto Gana Tu Mañana”, Día seis, 2021)

El día seis del “Reto Gana Tu Mañana”, sin lugar a dudas constituiría un reto más, debido a que sería primera sesión que tendríamos en fin de semana, sábado y como todas las mañanas del reto tendría comienzo a las 5:45 de la mañana.



Así, en el escenario habitual, pero con un encuadre distinto que dejaba ver otra serie de cuadros color negro, sobre los blancos mostrados en transmisiones anteriores; vestido de la misma manera, pero ahora con playera y gorra blanca, con el logotipo de su empresa; fue como en punto de las 5:45 de la mañana, muy motivado Oso Trava comenzó hablando sobre la transmisión del día anterior y el ejercicio de respiración que recomendó para comenzar las mañanas.

“Hoy es el día seis del “Reto Gana Tu Mañana” y tal vez la segunda mitad comienza a pesar sobre nosotros, pero si estás aquí, tienes la mente clara, tienes la mirada en el objetivo y vamos a arranca” (Trava, 2021).

Comentó también el hecho de que esta sesión era en sábado y que el fin de semana la rutina se nos mueve. Que no teníamos porqué despertarnos a trabajar y que tal vez nos demos un poquito más de tiempo. Por eso, es importante tener presente que el “Reto Gana Tu Mañana” se trataba de ganar la mañana, no de ganar las 5:45 de la mañana. Es decir que ganar tu mañana, significa que, a la hora que te despiertes ganes el inicio de tu día. Y que los fines de semana, también es posible hacer una versión más cortita de todos los hábitos. Te puedes enfocar en aquellos que más impacto tienen en ti, y así ganas tu mañana, te enfocas, y agradeces; tienes una intención y un control sobre lo que va a pasar en el día.

Agradeció el hecho de que los participantes estuviéramos conectados y reafirmó su compromiso de estar para ayudarnos a construir la identidad que los participantes queremos, esa mentalidad y esa estructura que van a utilizar para ganar sus mañanas y dominar su día.



Así, habiendo dado inicio de esta manera, Oso Trava pasó a realizar una reflexión sobre lo sucedido el día anterior en la sesión del día cinco del “Reto Gana Tu Mañana”:

“Ayer, estuvo bueno, estuvo bueno. Ayer arrancar con la respiración a mí también me funcionó y sobre todo que venía de noche en la que había dormido tres horas. Fue para mí algo sumamente útil. Me fascinó y me recordó hacerlo junto con ustedes y ver los comentarios cómo puede tener impacto todo esto y me fascinó. Yo creo que muchos de ustedes es la primera vez que lo hacían y me encanta que lo hayan hecho” (Trava, 2021).

También reflexionó sobre la importancia del trabajo colectivo, en grupos o comunidades:

“Soy un gran creyente del poder de los grupos, del poder de las comunidades. Yo creo que cuando te rodeas de gente que tiene las prácticas, los hábitos, los resultados que tú quieres tener. Eso es inevitable que te salpique, que se te contagie. Si te juntas con gente positiva, serás más positivo, si te juntas con gente negativa, serás más negativo. Si te juntas con gente que cuida su salud, serás más saludable, si te juntas con gente viciosa adquirirás vicios [...]

Hoy ustedes toman la decisión de rodearse de gente con una mentalidad de crecimiento, de progreso, de mejora continua, de construcción y de creación. Cracks es una comunidad de ese tipo de gente” (Trava, 2021).

Pasó al premio de la mañana, destacando el hecho de que nuevamente habían sido publicadas cientos de fotos. Recordó el ejercicio de respiración que había enseñado el día anterior y cómo se podía convertir este en una meditación de conciencia presente y finalmente acompañado del ejercicio de la afirmación.



Así que, en consonancia con ello, el premio de esta mañana consistiría en la suscripción de un año para la *CALM* App, que Oso Trava había recomendado el día anterior. Es una de las aplicaciones de meditación más grande del mundo, y dicha suscripción tiene un costo de \$70 dólares.

Finalizado todo el proceso de la rifa de esa mañana, comenzó a hablar sobre el tema y el hábito del día y anunció que tenía que ver con aquello que nosotros mismos utilizamos como obstáculo: cómo nos metemos el pie. Como el meme en el que metemos el tuvo a la llanta de la bicicleta. Que fácil dejar que nos pase y que sin darnos cuenta nos tome. Así que, el tema del día de hoy sería sobre la mente.

Señaló que cada uno de nosotros somos lo que somos por los pensamientos dominantes que permitimos que ocupen nuestras mentes. Que somos lo que pensamos, y nuestros pensamientos son esas interpretaciones, esas historias que nos contamos sobre el mundo que nos rodea. Y estas historias determinan cómo interactuamos con el día, con la gente. Cómo pensamos, cómo nos evaluamos y cómo nos presentamos a nosotros mismos.

Por eso, con el tipo de pensamientos que uno arranca su día, es muy probable que uno se quede pensando en esa misma frecuencia el resto del día. Eso determina el cómo de las acciones, y determina cómo encarar a la vida. A su vez, cómo encarar la vida, determina el resultado que te va a dar. La vida sólo te da lo que le entregas; es un reflejo de lo que nosotros estamos proyectando.

Oso Trava, en este punto, recuerda la frase de Buda, según la cual “Nos convertimos en lo que pensamos” y afirma que existen estudios científicos que indican que tenemos entre



sesenta y setenta mil pensamientos al día; y que el noventa por ciento de esos pensamientos, son pensamientos repetidos. Es decir, que son los mismos pensamientos del día anterior y muy pocas de las cosas que pensamos son nuevas. Por lo tanto, solemos pensar por reacción; pensamos en piloto automático.

A veces pensamos que los pensamientos que tenemos tienen que ver con nuestro destino. Y si eso es lo que creemos, ese pensamiento que estamos teniendo es lo que vamos a llevar a la realidad, porque por repetición, por programación vamos a terminar convirtiéndonos en nuestros propios pensamientos; en lo que pensamos. Eso se llama auto sugestión; es decir, que lo que piensas empiezas a crearlo.

Al respecto Oso Trava, recordó uno de los episodios del su *Potcast* en el que entrevistó a Mary Carmen Obregón, especialista en la creación de experiencias que sorprenden, en convertir lo ordinario en extraordinario. Fundadora de *Wow University* y de la feria del globo en León, Guanajuato. Recordó que en dicho episodio habló con Mary Carmen sobre la autosugestión y el ejemplo que ella dio sobre las mariposas amarillas. Las cuales pueden parecer raras o escasas para encontrarlas fácilmente, pero cuando te enfocas, cuando te preparas, cuando te programas para ver ciertas cosas las empiezas a ver, y puedes encontrar en cualquier parte mariposas amarillas.

De acuerdo a lo que explicó, tiene que ver con el sistema activador reticular, que es como el filtro de nuestro cerebro, que nos ayuda a distinguir lo importante de lo que no lo es; pueden ser amenazas o pueden ser oportunidades. Es lo que nos hace ver entre todo el ruido que escuchamos todo el tiempo nuestro nombre. De manera que podemos enseñar a nuestro cerebro a pensar cómo queremos y a detectar lo que queremos; tanto para lo bueno como para lo malo. Por lo que, si estoy entrenado a detectar lo malo, lo que veo son



problemas, amenazas, retos, negatividad, traición, desidia, flojera. Mientras que, si entreno a mi mente a ver cosas positivas, lo que voy a ver son oportunidades, gente noble, gente que me quiere ayudar y aprendizajes.

“Una gran vida, se construye como cualquier otra cosa. Ósea para construir una gran vida, es como un pastel. Tienes que incluir los materiales correctos [...] pero también tienes que evitar todos los materiales incorrectos. Lo mismo pasa con nuestro cerebro. Hay que entender que todo empieza con nuestro pensamiento” (Oso Trava, 2021).

Por eso es importante tener presente, el hecho de que tu inconsciente siempre está escuchando y que, aunque no te des cuenta, estás escuchando cosas tanto positivas como negativas. Entonces hay que tener claro a qué cosas les ponemos atención, a cuáles les permitimos que se conviertan parte de nuestro sistema operativo con el que evaluamos si la vida nos da o nos quita. De manera que Oso Trava recordó la frase de Earl Shoaff (mentor de Jim Rohn y Tony Robbins): “Todos los días monta guardia a la puerta de tu mente”.

*“‘Todos los días monta guardia a la puerta de tu mente’, ¿Qué significa esto? Suena poderoso: pon un cadenero en la puerta de tu mente. Quién entra, quién no. No dejes entrar todas estas ideas negativas que si no las tienes en check pueden convertirse en tu sistema operativo” (Trava, 2021).*

Principalmente en las mañanas en las que estamos tan abiertos y es el momento en el que echamos a andar nuestra maquinaria, ponemos a funcionar nuestra mentalidad para el resto del día. Un error muy común con el que arrancamos nuestro día es tomar nuestro celular en el momento en el que despertamos, porque entonces somos esclavos de la



información. Quedamos a merced de las solicitudes de la gente y nos ponemos en modo reactivo desde el minuto uno, lo cual aumenta inmediatamente nuestros niveles de estrés y nuestros niveles de ansiedad.

Así al levantarnos, empieza el bombardeo de mensajes, de e-mails, de cosas por hacer, y toda nuestra atención, nuestra energía, nuestra creatividad queda absorbida por estímulos externos.

“La gente te demanda y tú te drenas. La gente te demanda no solamente de energía, sino también de enfoque. Y no hay manera humana de que puedas comenzar tu día de manera enfocada, tranquila, calmada, si te prestas a estas cosas [...] si no quieres empezar tu día, con prisas, estresado, ansioso, lo primero que tienes que quitar son todos los impulsos negativos y el Gateway, la puerta por la que te están llegando es tu celular” (Oso Trava, 2021).

Con el celular, explicó Oso Trava, nuestra atención está secuestrada, pues revisamos redes sociales, *e-mails*, mensajes y dejamos que las opiniones, las solicitudes, la publicidad de otras personas contaminen nuestra mente. En lugar de darle un pensamiento positivo que fije el tono de nuestro día. No hay espacio para nuestras ideas. No hay espacio para nuestros propios pensamientos ya que se encuentran secuestrados por las demandas externas. Dejamos que nuestra mente sea ocupada por la agenda de otros y no la de nosotros.

Cuando nuestra mente está ocupada por la agenda de otros la nuestra pasa a segundo nivel, y cuando pasa a segundo nivel, no habrá nadie más que la atienda. La delegamos y entonces los resultados empiezan a sufrir. Mientras que, si pasamos nuestro día enfocado en nuestras propias metas, entonces vamos a avanzar en lo que más importa.



En este punto, Oso Trava aprovechó para hablar sobre su programa “Cracks del tiempo”, que de acuerdo a lo que explicó, es un programa de diseño de vida en el que:

“Te recuerdo a cada segundo que, si tú no te pones como prioridad, entonces nadie lo hará y que puedes tener todo eso que quieres. Puedes tener todo, siempre y cuando sepas qué es todo. Pero tienes que dedicarle tu enfoque, tienes que dedicarle tu atención, tienes que dedicarle tu energía. Para eso no podemos estar a merced de pensamientos que no sean los que queremos tener” (Trava, 2021).

Por lo tanto, cuando agarramos nuestro celular, nuestro tiempo y nuestra atención se secuestra:

“Si no tienes tiempo para lo que más te importa es que no te importa tanto” (Trava, 2021).

Se trata de diseñar nuestra vida y se tiene que hacer con voluntad y con intensidad. Pues sin darnos cuenta vamos tarde al trabajo, vamos estresados, vamos preocupados, y dejamos a un lado nuestra rutina. Dejamos a un lado este tiempo que podríamos usar para crecer y nuestro cerebro está completamente en otro lado. Con eso sólo nos alcanzará para tener un día de distracciones y de reacciones. Regresaremos a casa cansados y sobre todo frustrados porque no logramos lo que queríamos.

“Ustedes están aquí porque están dedicándole la mañana de un fin de semana a tomar control. A ser dueños de su vida. A priorizar lo que es importante en su vida. Entonces eso, aunque no lo crean, aunque hoy cueste trabajo, aunque hoy digamos



“híjole la verdad es que hoy me desperté con un sermón de este brother - eso está construyendo fundamentos. No por lo que yo te digo, sino por lo que estás haciendo. Y esto te va a cambiar, te va a hacer crecer, esto te va a demostrar que sí hay algo más que malos comentarios, que malas noticias” (Trava, 2021).

Oso Trava, también mencionó que hay muy pocas cosas en la vida que no pueden esperar una hora, y cuando despertamos con nuestro teléfono encendido, nuestro cerebro empieza a soltar dopamina, porque se empieza a sentir complacido por que dimos un *like*, o porque nos pusieron un comentario en alguna publicación en nuestra página de Facebook. Eso nos engancha y estamos repitiendo estos comportamientos medio adictivos y los automatizamos. Ya no estamos pensando en lo que estamos haciendo, sino que estamos zapeando, agarrando el celular; lo prendemos cuatro, cinco, seiscientos veces, en el día y no estamos haciendo nada productivo.

Señaló que si algo es suficientemente importante necesariamente nos vamos a enterar y si no se va resolver sólo, y más importante aún es dejar de recibir tantos impulsos. Por ello, para facilitar el hábito dejar nuestro celular, podemos ponerlo en modo avión antes de irte dormir y así activamos la alarma, si lo queremos usar como alarma y cuando despertemos no va a haber cientos de notificaciones, que estamos condicionados a responder o mínimo a checar.

Una vez más Oso Trava, recomendó que utilicemos las mañanas para alimentar nuestro cerebro con nuestra guardia que tenemos afuera de nuestra mente, dejando afuera todos los impulsos negativos y todas las malas noticias.



Entonces, en lugar de que sea nuestro celular lo primero que atendemos en nuestras mañanas, lo que necesitamos hacer es alimentar la mente, tratando de leer algo o escuchar algo positivo: *newsletters*, *podcasts*, algún audio libro que te alimente el alma. Cosas por el estilo. De cinco a siete minutos que nos vas a dar algo constructivo con lo que podemos empezar nuestro día.

“Entrena a tu cerebro a estar bien, a no estar tan acostumbrado a tantos estímulos. Decide una actividad que te ayude a crecer. Dedícate diez minutos. Abre tu mente, reduce tu nivel de estrés. Te ayuda a tener más claridad de pensamiento. Esa claridad se va a mantener contigo es resto del día. Date cuenta de lo que estás alimentando a tu cerebro y date cuenta del tiempo en el que le podrías estar dedicando atención a otra cosa. Monta guardia a la puerta de tu mente” (Trava, 2021).

También recordó que Buda enseñaba que el sufrimiento está a todo nuestro alrededor. Por lo que hay que enfocarnos en las cosas en las que podemos hacer una diferencia. Que las noticias ocupan un espacio precioso en tu mente y la están llenando de cosas que lejos de permitirte construir, empiezan a pesarnos.

Volvió a retomar el tema del sistema reticular activador y a preguntar qué es lo que estamos entrenando a ver a nuestra mente: problemas u oportunidades. Señaló que más información es más tiempo perdido, y que la negatividad nos aleja de nuestros objetivos y que, aunque esté fuera de nuestro alcance, estamos perdiendo el enfoque en lo que sí podemos controlar. Por lo tanto, hay que enfocarnos en entender qué es lo que estamos leyendo, lo que estamos escuchando hoy, con quién estamos platicando hoy. Ya que es

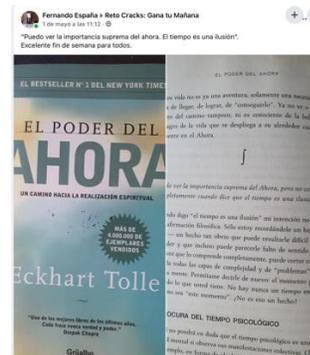


posible que la información no venga directamente de tu celular, sino de alguna amistad tóxica.

Habiendo concluido con el tema del día, en esta mañana de fin de semana, Oso Trava -como en los demás días del “Reto Gana Tus Mañanas”-, recomendó algunas herramientas para montar guardia a la puerta de nuestra mente. Dichas herramientas, en esta fueron, App *Block*, que fija horarios para que ciertas aplicaciones de nuestro celular no puedan abrirse fuera del horario que les asignemos; *Kindle* y el libro de lectura diaria de John Maxwell; así como *Beek App*, en la que es posible escuchar millones de libros y puede ser una herramienta de crecimiento personal muy importante.

“Si necesitas ayuda, pide ayuda. Establece sistemas, no lo dejes a la fuerza de voluntad. Yo siempre he dicho que la fuerza de voluntad es una estrategia perdedora cien por ciento de las veces. Cien por ciento de las veces, la fuerza de voluntad va perder a largo plazo. ¿Por qué? Porque no puedes estar peleando contra tu naturaleza. Mejor pon sistemas que te ayuden a cambiar tu naturaleza, y entonces nos vas a tener que pelear con ella. Y listo, establece nuevos hábitos” (Trava, 2021).

Finalmente, la misión del este día consistió en tomarle una foto a algo, alguna pieza de contenido que actualmente consideremos que está nutriendo nuestra mente.



(Medalla y publicación del día seis del “Reto Gana Tu Mañana”)

### Día 10: Reto Gana tu Mañana: Do meaningful shit (Diseñar tu vida con propósito y significado)



(Portada Live “Reto Gana Tu Mañana”, Día diez, 2021)

Último día del “Reto Gana Tu Mañana”, con el mismo pants de siempre, su gorra negra y una playera roja, contento de llegar al último día del reto, Oso Trava comenzó hablando de los sorprendido que estaba por los resultados obtenidos del reto: mucha gente, mucha energía, transformación y aprendizaje obtenido a lo largo de estos días.



“Feliz. Me paré de la cama como resorte, sin tener que agradecer. Porque agradecí la oportunidad de estar en la transmisión cerrando el reto” (Trava, 2021).

Como en cada transmisión durante los días del reto, Oso Trava comenzó haciendo una reflexión, pero en esta ocasión de lo obtenido y aprendido a lo largo del reto. Señaló que fueron diez días hablando de cómo arrancar la mañana de una manera feroz, empezando desde la noche anterior, cuidando el sueño; arrancando con gratitud; hidratándonos; haciendo ejercicio; activando la respiración y muchos otros hábitos.

Habló que gusto que le daba ver que los participantes hayamos salido de nuestra zona de confort, que haya tanta gente tan dispuesta y metida tan de lleno a probar cosas buenas y a formar comunidad, y que eso lo inspiraba muchísimo.

Comentó que construimos hábitos mañaneros que nos van a ayudar a blindar nuestra mente y a arrancar el día con la mentalidad correcta; en vez de arrancarla con una mentalidad que resta. Una mentalidad debilitadora.

“Me encanta ver las transformaciones. Yo nunca me imaginé ver tanta dedicación, tanta cantidad y tanta profundidad a hacer el ejercicio de ayer. El ejercicio de la estrella de la vida.

Un ejercicio muy personal y revelador. Un ejercicio a veces difícil [...] Ver este grupo tan lleno de gente que se trabaja así mismo, consciente de lo que quiere, abierta a preguntarse o hacerse las preguntas difíciles, sobre todo lista para tomar acción para hacer cambios drásticos, me llena de emoción y motivación” (Trava, 2021).



Destacó que el hecho de que haya gente que está dispuesta a tomar responsabilidad, a tomar control y cambiar su situación es lo que hace más falta en este mundo, y que por ello agradecía a todos los que en realidad se metieron y a los que se abrieron a compartir tantas cosas como el ejercicio de la estrella de la vida.

Pasó a la rifa del premio del día de hoy por el reto cumplido el día anterior, cuyo ejercicio había consistido en realizar la estrella de la vida y publicarla en el grupo de Facebook.

Dicho premio, el día de hoy consistió en el programa de “Cracks de tiempo”, su programa completo de diseño de vida y de diseño de productividad total. Con el que, según señaló, es posible llevar lo realizado durante los diez días a un siguiente nivel: a diseñar una vida y crear un futuro en los propios términos de cada uno. Destacó el valor de \$1,000 dólares del programa que sería dado como premio en esta ocasión, y que además era un programa que ya ha sido cursado por cientos de personas.

“Las historias que han salido de ahí son tan inspiradoras como todo lo que he visto esta semana, pero llevado al extremo” (Trava, 2021).

Mencionó también, durante la rifa, que habían sido 817 personas los que habían completado el reto del día anterior, publicado su estrella de la vida (de las tres áreas a mejorar en la vida) para participar en esta rifa.

Una vez finalizada la rifa, explicó que la última medalla, en esta ocasión, sólo se podría ver en vivo y que, a diferencia de los días pasados, no iba a estar disponible en la repetición. Es decir que, sólo se compartirá al final de este video en vivo; y volvió a destacar los vividos durante los diez días del reto que fueron:



“[...] días para adueñarte de tu mañana, y ayudarte a turbo cagar tu vida de energía. Y estoy seguro que si ya tuviste una probadita de estas mieles del éxito, de estas mieles del control de la vida; si ya te diste cuenta del gran impacto que un proceso de guía de acompañamiento puede tener en tu vida: yo estoy seguro que no quieres que esto se quede en diez días. Ósea, ya lo empecé a ver en los comentarios. Empecé a ver que me empezaban a decir: “Oye que sigue”, “Por favor no pares”, “¿Cuándo vuelves a hacer este reto?”. Estoy seguro que esta filosofía, esta nueva manera de vivir, se convierta en un estilo de vida, en una filosofía de vida, en un sistema”.

Indicó que, para profundizar, es necesario un acompañamiento. Que se necesita trabajar de manera constante; y que el gran objetivo de este reto, no era ganar tu mañana. Destacando también un dicho en la industria del marketing que dice que a la gente le vendas lo que quiere, pero que le des lo que necesita:

*“Tal vez sí, los invite aquí con un poco de engaño. Los invité diciéndoles, van a ganar su mañana, van a ser más productivos, van a hacer más cosas, van a tener más, pero la verdad es que ese no era mi objetivo. Mi objetivo para ustedes, era que pudieran vivir la vida que quieren. Que pudieran vivir la vida en sus propios términos. Que pudieras tú, que estás en el día diez, vivir una vida sin culpas, en la que tienes todo lo que quieres, en la que disfrutas cada día que vives tu vida” (Trava, 2021).*

El objetivo de este reto, entonces según las explicaciones de Oso Trava, consiste en ayudar a todos los participantes a descubrir que cada uno puedes diseñar su vida y puede crear su



futuro. Que ese futuro que cada uno imagina, que sueña, es posible. Y que no depende de nadie más que de uno mismo.

Y esa así, con ese objetivo en mente, que dijo Oso Trava, que hablaría del décimo hábito. El hábito de diseñar tu vida y hacer las cosas que importan.

Comenzó a hablar de él mismo, dijo que está casado, que tiene dos hijos, dos empresas exitosas, que es emprendedor, que hace ejercicio y que viaja todo lo que puede:

“Viajo, viajo, viajo y trato de aprovechar esta situación de la pandemia, del home office y del trabajo remoto para trabajar de todos los lados del mundo y conocer lo más que sea posible. Eso es a mí lo que me llena.

[...] Lo que tal vez no sabes de mí, es que yo estuve donde tal vez tú estás el día de hoy. Tú llegaste a este reto y lo hemos dicho mucho estos días, llegaste a este reto buscando más. Buscando algo diferente. Tú querías ganar tu mañana por alguna razón. Ya lo platicamos.

Ya pasé por andar buscando, por querer jalar de cualquier rama, agarrar cualquier tuvo. Yo ya pasé por ir al trabajo que odiaba y poner changuitos todos los días para que me corrieran. De hecho, el día que me corrieron me puse a bailar. Yo ya estuve ahí, yo ya pasé por perseguir metas, que no entendía bien, que no entendía por qué eran mis metas, pero que ni siquiera me motivaban. Porque la realidad eran metas de alguien más” (Trava, 2021).

Contó varias cosas sobre su historia personal. Dijo que vivía con prisa todo el tiempo. Sin tiempo ni para ir a ver a su papá al hospital un día que lo operaron y casi se muere. Que sobre la pared detrás del escritorio tenía una frase que decía “*Get so do*”; “Haz que las cosas sucedan”.



*“Me tenía completamente perdido. Me puso en riesgo de perder a toda mi familia. Me tenía insatisfecho, infeliz, de malas. Y obviamente los resultados obviamente no estaban llegando” (Trava, 2021).*

Pero que hoy con toda certeza y con toda seguridad, podía decirnos que todo lo que es hoy, todo lo que tiene, todo lo que podemos ver en él, la energía que nos compartir, es gracias a lo que nos compartiría el día de hoy. El día del décimo hábito.

Destacó que si estábamos en el día diez del “Reto Gana Tu Mañana”, es porque somos personas con sueños y metas grandes; porque tal vez queramos dejar un impacto en el mundo; darle a nuestra familia algo que tal vez nunca ha tenido; o que tal vez queremos ser el primero que logra algo en nuestra casa. Sin embargo, el problema es que la mayoría de la gente deja que sus miedos y sus preocupaciones les robe sus grandes avances. Y es así que sólo necesitamos un pretexto para tirar por la borda todo lo que decimos que en realidad queremos.

Según Oso Trava, existen tres principales pretextos para no perseguir nuestra vida, para no diseñarla o para no crearla: no tengo dinero, no tengo tiempo y el miedo.

Del dinero indicó, que mucha gente cree que necesita tener dinero para tener libertad para tener impacto, pero que si fuera así él hubiera seguido empacando bolsas como lo hacía cuando tenía catorce años. Que en realidad no se necesita nada más que voluntad y creatividad, en vez de recursos para empezar a construir esa vida.



Sobre el pretexto de no tener tiempo, comentó que el “Reto Gana Tu Mañana”, lo habíamos iniciado porque queríamos ganarle un poco de tiempo a la mañana y porque queríamos un tiempo para nosotros; para hacer lo que más nos importa. Y que justo de eso estábamos hablando hoy: de crear más tiempo para lo que más te importa. Pero que existen dos tipos de personas, las que son buenas para tener resultados y las que son buenas para poner excusas; y que rara vez son la misma.

Finalmente, del miedo dijo, que nos demos cuenta o no, es algo que nos frena. Que tal y como el escritos Paulo Coelho, el miedo es el gran asesino de los sueños, y que él podría ayudarnos con los otros dos, a cambiar nuestra mentalidad sobre el dinero y el tiempo, pero que el miedo es una batalla que cada uno libra.

Así que podemos hacer lo de siempre y no salir de tu zona de confort, pero que él ya sabía que los participantes de este reto son diferentes, porque ya tengo diez días de conocerlos y si están ahí es porque son personas que hacen las cosas sin miedo.

Dijo que cuando alguien decide hacer un cambio que ponga en riesgo la poca estabilidad que tiene hasta ahora, seguramente va a cometer errores, va a seguirse conociendo, va a probar cosas diferentes, pero que al mismo tiempo que se expone, que se enfrenta a sus miedos va a liberarse de la esclavitud y pesadez en la que vive hoy. Por eso, el miedo lo tiene que vencer cada uno, y si él nos va a ayudar a diseñar la vida que queremos, sólo pide una cosa: que declaremos, como lo hemos declarado toda la semana y los hemos compartido con todo el grupo, que no seremos esclavos de nuestros miedos.

Pidió entonces que todo lo dijeran y lo escribieran en los comentarios del Live que se estaba transmitiendo en ese momento: “No seré esclavo de mis miedos, no seré esclavo de mis



miedos, no seré esclavo de mis miedos”, y finalizó esta parte del Live de la mañana diciendo: “Hoy les voy a ayudar a diseñar su vida”.

El hábito diez del “Reto Gana Tu Mañana” es diseñar tu vida y para ello, Oso Trava trabajo un método propuesto por él, que llama “Método DMS” cuyas siglas son las iniciales de Dirección, Movimiento y Significado.

Así que comenzó a explicar el primer punto del “Método DMS” que consiste en la dirección, y comentó que cuando alguien quiere diseñar su vida, lo primero que necesita es dirección, ya que sin dirección somos ineficientes. La dirección es como un GPS y para llegar a un lugar necesitas el origen y el destino que te permita trazar una ruta. Con la realización de la estrella de la vida nos pudimos dar cuenta de dónde estamos cada uno en las siete áreas de la vida.

Por otra parte, también está el poder del enfoque para poder dedicar el esfuerzo a donde verdaderamente cuenta y en realidad te importa, y es posible ir cambiando de dirección, cambiando el enfoque según lo que está pasando y según la persona que se es en cada momento. Es decir, que es posible cambiar el origen cada vez que se considere conveniente.

“Es la ventaja y la maravilla de tener herramientas de autoconocimiento. Sabes en donde estás y entonces puedes empezar a trazar tu ruta” (Trava, 2021).

Muchos sabemos qué queremos, pero aun así no tenemos enfoque. Porque sí ya lo sabemos por qué no le dedicamos todo nuestro foco, toda tu energía a eso que es tan importante para nosotros.



El problema se debe a que somos víctimas de la distracción. Estábamos programados para distraernos, para que no nos comieran mientras cazábamos, pero eso que nos ayudó en el pasado hoy nos está distraendo. Hay muchísimas cosas que nos distraen y engañan a nuestro cerebro para sentir que estamos avanzando, que somos útiles, que estamos progresando, pero en realidad es un engaño, pues estamos a merced de los tres ladrones del foco que son el miedo; las expectativas externas, de tratar de dar gusto a todo mundo cuando ponemos los intereses de la demás gente antes que los nuestros; y el placer inmediato, desde ir al refrigerador y las redes sociales, hasta mover papeles de un lado a otro sin un sentido preciso. Se trata tan sólo de ese poderoso sentimiento de progreso o de placer falso, que nos quita tiempo y nos pone a prisa.

De esta forma, nos sentimos ocupados, nos sentimos importantes, pero en realidad no estamos logrando nada de lo que nos importa. Nos la pasamos en friega, todo el día trabajando y nos la pasamos ocupadísimos, pero no estamos haciendo nada que importe. Ese ladrón tiene que estar en nuestra mira todo el tiempo, porque lo tenemos que destruir.

Así, una vez que ya tenemos el origen se tiene que definir hacia dónde uno se quiere dirigir. Ya se sabe qué áreas de la vida necesitan acción, y ahora es necesario saber qué se quiere lograr. Cuáles son los objetivos que quieres fijar.

Fijar los objetos es de vital importancia, porque cuando no tienes objetivos claros, no puedes trazar una ruta, y entonces cualquier desviación se hace atractiva. Hay ambigüedad entre si algo sirve o no sirve y entonces te distraes. Como la historia de Alicia en el país de las maravillas que, saliendo del bosque se topa con el gato y le pregunta la ruta para salir del bosque. El gato le responde que eso depende del punto al que desea llegar y ante la



respuesta que Alicia le da, diciéndole que no sabe, que no importa a dónde sea, el gato le termina respondiendo que entonces cualquier camino la llevará ahí.

Entonces, el gran peligro, cuando no tenemos la ruta clara, es que cualquier camino nos puede parecer bueno. De manera que dedicamos nuestra energía, nuestro enfoque a caminos en los que no queremos estar.

Después viene el movimiento, puesto que ya teniendo la dirección lo que sigue es dar el primer paso, es decir ponernos en movimiento. Ya que si no nos ponemos en movimiento somos inefectivos e ineficientes. Como decía Steve Jobs, las ideas no valen nada al menos que se ejecuten.

Hay mucha gente que cree que su idea vale millones, pero en realidad no vale nada. Vale cero. Son las acciones las que hablan mucho más que las palabras y los pensamientos. Por eso ponernos en acción es fundamental, ya que cuando defines tu objetivo puedes dedicarle todo tu enfoque y tu energía al impacto que realmente quieres tener y los resultados que deseas alcanzar.

Para liberarte de todo lo que en realidad no es importante, y trabajar de una manera mucho más productiva, de una manera mucho más efectiva y eficiente, sabiendo qué hacer con todo lo que no deberías de estar haciendo, existe un modelo que se llama el embudo del enfoque, que se compone de cuatro niveles.

El primer nivel, te permite dejar de hacer más del ochenta por ciento, para que al final se quede solamente lo que realmente es importante, y que son las que mayor impacto tienen, las que más disfrutas hacer y qué mejor sabes hacer.



Son esas actividades de tiempo genio, a las que en realidad les debería de estar dedicando tiempo y la mayor parte de tu vida. Y no a las áreas que ni siquiera son las que principalmente te importan. Por lo tanto, con la aplicación de este sistema del embudo del enfoque, vas a haber liberado muchísimo tiempo que pierdes, para renfocarte a construir esa vida que quieres, tener los resultados y conseguir los objetivos en las áreas que ya definiste que son las que te importan.

Entonces, el primer nivel o filtro del embudo del enfoque es **Elimina**, y tiene que ver con el hecho de que haces una gran cantidad de cosas que no agregan valor y no están dirigidas a cumplir la tarea que tienes a la mano. Te están robando tu tiempo. Por lo tanto, hay que eliminar sabiendo ser bien crítico para edita tu vida, no sólo de gente sino también de actividades.

El segundo filtro es **Simplifica**, en tu trabajo, en tu casa, en cualquier proceso de tu emprendimiento te vas a dar cuenta que haces cosas por inercia y por mera costumbre. Pero la realidad es que puedes simplificar los procesos si los actualizas y te preguntas el por qué haces así esos procesos.

Hoy tenemos millones de herramientas, millones de nuevas maneras de pensar y hacer las cosas para simplificarlas. Millones de nuevas maneras de pensar, de hacer que simplifiques las actividades que realices en cualquier tarea. Así que puedes ahorra tiempo y dedicarlo a lo que es esencial.

El tercer filtro se llama **Automatiza**, y no se refiere sólo automatizar con robots, con sistemas y con *autoresponders* y con *Gmail*, se trata de saber automatiza la fatiga de las decisiones. Así como Mark Zuckerberg y Steve Jobs, que automatizan la decisión de cómo



vestirse o Jeff Bezos, que auto matiza todas sus decisiones para enfocarse todos los días sólo en tres. Así que trata de disminuir la carga cognitiva y automatiza la toma de decisiones. Si hay una decisión que tomar de la que no te vas a acordar en tres días, tira un volado. Dejo de perder tiempo en decidir, y trata de automatizar la toma de decisiones para ahorras tiempo y carga cognitiva.

Por último, el cuarto filtro del embudo del enfoque, se llama **Delega**, y es lo más complicado de realizar, debido a que hay que entrenar a la persona que lo va a hacer. Hay que entrenarla no a trabajar como tú sino a pensar como tú, para que pueda tomar decisiones como tú. Así que, puedes empezar delegando primero las decisiones que son sencillas, inconsecuentes o reversibles, y así ir enseñando a tu equipo a pensar como tú.

Cuando pasas todas tus actividades por el filtro del enfoque, entonces lo que te queda son las cosas en las que agregas más valor. Aquellas que se tienen que hacer y las tienes que hacer tú. Todo lo demás ya no existe. Tienes mágicamente como Mandrake horas y horas libres que puedes dedicar a lo que más te importa. Tienes la clave, la magia, la fórmula para generar tiempo libre.

El problema es que cuando tienes tiempo libre por alguna circunstancia, lo que haces es tirarlo a la basura; lo desperdicias sin saber en qué y se te va de las manos como arena. Por lo que, si queremos tener impacto en las áreas que nos importan, tenemos que utilizar nuestro tiempo de manera inteligente. Necesitamos ir en contra de nuestros instintos y de nuestros malos hábitos. Es decir, que necesitamos un sistema que nos garantice resultados, y crear un presente en base del futuro que queremos vivir. Tenemos que imaginar ese futuro para vivirlo. Tenemos que transportarnos a ese futuro, visualizarlo, y saber cómo se ve la victoria.



“Cuando tu piensas en estas tres áreas de la vida: si te imaginas como se ve tu vida, en el año ideal, doce meses. Cómo se ve, cómo lo sientes: no es un buen año, es un gran año, es el mejor año de tu vida, que lo lograste. Si no tienes ese sabor de triunfo en la boca es imposible que lo vivas hoy” (Trava, 2021).

Esto se debe a que cuando te imaginas, cuando tienes tanta claridad de ese futuro, lo que haces es crear un sistema en el que vas dejando migajas como marcadores que vas a ir siguiendo; marcadores semanales, mensuales, trimestrales, etcétera. De lo único que te tienes que preocupar, no es de llegar a tu meta de los doce meses, esa ya la tienes por dentro, sino de llegar a tu siguiente paso. De encontrar la siguiente migajita de Hansel y Gretel para llegar a tu casa, y así poquito a poquito logras ir avanzando. De manera que, cuando ya tienes un plan tan claro, te apegas al él y no te desvías, porque tienes la claridad y puedes apegarte al plan.

La paciencia es la estrategia de crecimiento menos valorada. Sin embargo, señaló Oso Trava, que la clave de todo éxito son dos C y dos P: *Calidad, Constancia, Persistencia y Paciencia*. Y que, por eso mismo, es muy importante valorar la paciencia para alcanzar el éxito.

Así, habiendo revisado la D de Dirección, la M de movimiento, de su “Método DMS”, Oso Trava, pasó a explicar la S de significado, que según señaló, el significado es lo que diferencia al “Método DSM” de cualquier otro sistema de productividad y de manejo del tiempo de los que existen. Ya que para lograr lo que necesitas o quieres en tu vida, es necesario alimentar tu vida con un profundo significado, una misión, o un propósito.



“¿Esta es la parte más poderosa de los que les voy a compartir hoy?: si quieren diseñar una vida, pero sobre todo una vida que van a vivir con plenitud, tienen que entender por qué les importa, qué hay detrás, qué es ese significado. Porqué es importante lograr eso que tienen en mente” (Trava, 2021).

El propósito o el significado tiene dos partes o dos fuerzas, como el Yin y el Yang o como el lado oscuro y el lado claro de la fuerza. El lado oscuro, es la parte profunda, la gran batalla. Lo que viene de ese fuero interior que no le cuentas a nadie, algo que te da pena, que tal vez ni siquiera te has dado cuenta que hiciste pero que te mueve, te motiva: el bullying que te hicieron, el novio que te cortó, ese abuzo que sufriste de chico, la pobreza a la que no quieres regresar. Eso que te mueve, te pone a andar y dices “no hay manera de que yo regrese ahí”. Y puede sonar negativo, pero es poderoso.

La fuerza clara es el gran Maná. Esta fuerza que te cae del cielo, el alimento que te lleva a querer tener impacto y a trascender. a ser alguien en la vida y realizarte como persona. Y cuando los combinas, cuando te das cuenta que existen; cuando los ves y los pones a trabajar juntos, te vuelves invencible.

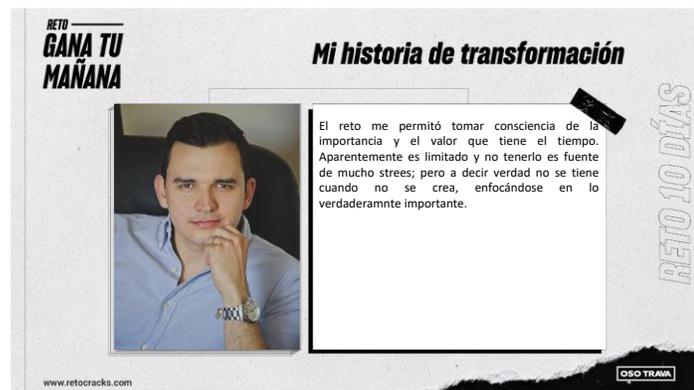
“Cuando tienes claro porque te importan construir la vida que tu quieres, entonces nada te puede frenar. Vences cualquier obstáculo [...] Cuando conoces tu significado, cuando conoces tus dos fuerzas, puedes tomar decisiones, puedes alinearte para trabajar con organizaciones que comparten ese significado. Y así, todos los días que trabajas, que te despiertas ya eres exitoso, porque estás trabajando en lograr lo que estás buscando. El éxito no es llegar, el éxito es saber a dónde vas y despertarte todos los días trabajando para lograr eso que quieres” (Trava, 2021).



Y eso es DMS. Mi “Get so do”, cambió desde que vivo este método. Cambié la frase de “Get so do”, por una mucho más inspiradora: “Do meaningful shit”, haz lo que importa. Haz lo que importa. Haz cosas con significado. DMS, y ese es la gran diferencia entre los cinco pasos de DMS que imparto en “Cracks del tiempo” y cualquier otro programa de diseño de vida” (Trava, 2021).

“Cómo podemos seguir trabajando juntos. Cómo podemos llevar esto a más de diez días. Como podemos llevar esto a un proceso de transformación de vida todos juntos. Eso es lo que les quiero contar el día de hoy y quiero contarles qué es Cracks del tiempo [...] un programa de audio de seis módulos con cuarenta lecciones, ejercicios, visualizaciones, historias y modelos, que te vana a ayudar a cambiar de vivir tu vida reactiva a diseñarla de una manera proactiva y con significado. Horas de transformación masiva” (Trava, 2021).

Y fue de esta manera como el “Reto Gana Tu Mañana” concluyó en su décimo día, con el ofrecimiento y venta del programa “Cracks del Tiempo” y finalmente la explicación de la fifa por los \$10,000 pesos y el llenado del álbum con las medallas obtenidas durante cada transmisión del “Reto Gana Tu Mañana”.



(Álbum e historia de transformación del diez del “Reto Gana Tu Mañana”)

### “RETO GANA TU MAÑANA”: UNA EXPERIENCIA.

Una vez, habiendo hecho el recuento de las distintas trasmisiones de diferentes días del “Reto Gana Tu Mañana”, con la intención de “ceñirse a un tema y abordarla desde la experiencia misma de quien investiga” (Bernard, 2016, p.180), en el presente apartado la propuesta consiste en transmitir algunas cuestiones en relación a la experiencia obtenida como resultado de la participación en el “Reto Gana Tu Mañana”. Misma experiencia que



podría pensarse en dos partes; la primera que correspondería a la participación misma durante el reto, la conexión a las transmisiones durante las mañanas, tomar algunas notas, realizar los retos o misiones propuestas para cada día, publicarlas en el grupo de Facebook, estar atento a los comunicados y correos recibidos en el e-mail; y el proceso de documentación de las sesiones mismas y escritura del reporte de la participación en el reto, que se presentó en este trabajo.

Así que, en esta parte del trabajo de campo, se intentará dar cuenta y reflexionar sobre ambos procesos, ya que es posible situar algunos puntos que podrían resultar de relevancia, para el establecimiento y abordaje de las unidades de análisis propuestas en el estudio, en la incidencia del *Management*, sobre la subjetividad de los trabajadores administrativos de distintos niveles. Que por una parte se refiere al *Management*, como práctica, discurso, cultura o lazo social, en lo que se refiere a su lógica y estructura. Y, por otra parte, a lo posibles efectos de dicha cultura y las prácticas que conlleva, pueda tener sobre la subjetividad de las personas en el ámbito laboral, pero también personal.

### **EL “RETO GANA TU MAÑANA”.**

Mi participación en el reto, se dio a partir de lo que podría decirse una oportunidad. Ya que en realidad no fue algo buscado de antemano, ni considerado originalmente en el diseño metodológico de la investigación que propuse para el programa del doctorado de la UMEST. Su posibilidad, tan sólo estaba antecedida por la sugerencia de realizar una autoetnografía, sobre lo documentado anteriormente durante la primera parte del trabajo de campo, y que tenía que ver con mi participación en una serie de seminarios y eventos virtuales de corte académicos sobre diversos temas, con renombrados personajes del mundo de *Management* a nivel internacional. Además de mi participación (más como observador que como participante), en el curso “WAR ROOM”, ofrecido por Oso Trava a pocas semanas de



haber comenzado la pandemia de COVID-19, a empresarios, emprendedores o dueños de sus propios negocios que se hubieran visto afectados en sus negocios, frente a la disrupción que tuvo lugar en el mundo debido a la pandemia.

Fue entonces que mientras revisaba mi cuenta de Facebook, en varias ocasiones me pareció el anuncio del “Reto Gana Tu Mañana”, hasta que – habiendo leído el libro de Silvia Bernard Calva, “Atrapada en provincia”, pensé que podría ser buena idea inscribirme para realizar el ejercicio autoetnográfico propuesto para realizar durante el proceso de la investigación sobre *Management*, que me encontraba realizando. Ya que dicha participación, muy probablemente me permitiría profundizar aún más en la lógica del discurso y cultura propuesta desde la industria del *Management*.

Si bien es cierto que el reto, no iba dirigido al público propuesto como población dentro de mi investigación y que se encuentra constituido por los denominados “líderes de las organizaciones”, gerentes o directores de importantes empresas, opte por orientarme en uno de los supuestos iniciales de mi investigación que tiene que ver con la transversalidad y universalidad del discurso del *Management*. Así que decidí inscribirme y participar de lleno y a mi manera en el “Reto Gana Tus Mañanas”.

“La posibilidad de entender un tema posicionándonos como ajenos al mismo, aun cuando lo hayamos vivido igual que aquellos a quienes investigamos, nos da una visión muy limitada. Esa preocupación por no “contaminar” los datos, por escribir resultados, por estar cuidando que no vayamos a decir nada que no esté sustentado en los datos que presentamos, nos va llevando a ir aplanando el análisis a tal grado que acabamos haciendo una descripción y frecuentemente a afirmar,



una vez hecha la descripción, que se confirman nuestras hipótesis” (Bernard, 2016, p.183).

De manera que, después de ver los anuncios, la información y los videos promocionales, teniendo como antecedente el trabajo de exploración realizado con “WAR ROOM”, decidí inscribirme y participar en el reto. Con la clara idea de partir de dicha experiencia para realizar el trabajo autoetnográfico propuesto. La inscripción no representaba un alto costo y presentarme a los *Lives* de Facebook a las 5:45 de la mañana, no sería gran problema cuando en realidad la hora en la que me suelo despertar es a las 5:20 de la mañana. Lo que ya representaba un primer punto en mi experiencia de el “Reto Gana Tu Mañana”, en el que despertarme a la hora propuesta, como posiblemente para otras personas sí, en realidad para mí no sería un reto.

Una vez, habiéndome inscrito, estuve al pendiente de todos los comunicados vía e-mail y de seguir todas las indicaciones e instrucciones, para estar listo el día del reto. Me inscribí al grupo privado de Facebook “Reto Gana Tu Mañana” y esperé a que llegara el día del reto o cualquier otro comunicado en mi bandeja de entrada.

Llegó el primer día del “Reto Gana Tu Mañana”, estaba ya listo antes de la hora, tratando de ver dentro del grupo dónde sería que aparecería el *Live*, ya que en experiencias anteriores con Oso Trava u otros seminarios o programas de formación, o eran a través de Zoom o de alguna otra plataforma, pero no por Facebook. Así que con grabadora de voz y mi Ipad en mano, estaba atento al comienzo del primer *Live* del “Reto Gana Tu Mañana”.

Comenzó el *Live* y Oso Trava, vestido con pants negros, playera blanca y gorra negra inició la sesión con algunas explicaciones y el tema o hábito del primer día, que trató sobre la



noche anterior y la importancia de asegurar un buen descanso. Desarrolló el tema, dio algunas recomendaciones que me parecieron bastante buenas y dejó la primera misión del reto que consistió en dormir al menos una hora antes de lo habitual y máximo a las 10:30 de la noche, para tener siete horas de sueño, antes de la transmisión del siguiente día.

Una vez concluida la transmisión, terminé de preparar mis cosas y me fue directo al club para mi entrenamiento de natación, como suelo hacerlo la mayor parte de los días entre semana. Realicé mi rutina y mis actividades como cualquier otro día, hasta que llegó la noche y a diferencia de otros días, me encontré un tanto apurado, pues regresando a casa de trabajar, tenía que cenar, terminar todavía algunos pendientes, preparar mis cosas y hacer la publicación del reto del día de hoy. La cual francamente tenía toda la intención de realizar de acuerdo a lo propuesto, pero como la casa seguía su ritmo habitual de un día entre semana, mi hija todavía sin dormir y mi esposa sin llegar de su consultorio; vi que el tiempo muy probablemente no me iba a alcanzar, y entonces decidí ponerme la pijama y tomarme la foto acostado para subirla a tiempo al grupo de Facebook y contara para el reto. Al parecer, no iba a ser tan fácil cumplir las tareas del reto, pues no todas tenían que ver con la mañana, sino que abarcaban un espacio más amplio del día. Subí entonces mi publicación, y una vez concluidas mis actividades, me fui a dormir como todos los días alrededor de las 11:00 de la noche, para tener tiempo suficiente de sueño y poder descansar (seis horas aproximadamente), antes de comenzar el día siguiente.

Día dos del “Reto Gana Tu Mañana”, ya más advertido de la logística para la conexión y de lo necesario (grabadora -que en realidad es un teléfono celular que no ocupó-, Ipad y mi cel para conectarme al *Live*), estaba ya listo a la hora en que iniciara el *Live*, sin embargo, los problemas para encontrar la transmisión en el grupo de Facebook, fueron los mismos que los del día anterior.



En esta ocasión el tema del “Reto Gana Tus Mañanas”, sí tuvo que ver con la mañana y fue sobre la importancia de la gratitud. De comenzar el día con gratitud. Hábito que no suelo tener por las mañanas, dado que el momento que destino para agradecer es en las noches, cuando me acuesto para dormir. Oso hizo una reflexión sobre las publicaciones del día anterior, la rifa, desarrolló el tema y explicó el reto para esta segunda sesión del “Reto Gana Tu Mañana”, que consistiría, de acuerdo al tema planteado, en subir una foto que reflejara algunas de las cosas que agradecemos en nuestras vidas. Pero a diferencia del día anterior que teníamos hasta las 10:30 de la noche para subir la publicación, el día de hoy tendría que ser antes de las 12:30 p.m.

Debo confesar, que a diferencia de la tarea (misión o reto) del primer día, esta no me costó nada de trabajo. Pues sólo tuve que tomar una foto de mis perros mientras los paseaba, como todas las mañanas y escribir alguna reflexión sobre lo agradecido que soy por tener la oportunidad y el tiempo de hacerlo prácticamente todos los días. Además, en la foto no saldría yo y eso me agradaba, ya que el día anterior me había tenido que tomar una *selfie* (acostado en mi cama) para subirla al grupo y francamente la idea no me había gustado mucho. No soy muy adepto de compartir en las redes sociales mi día a día, y mucho menos a personas que ni siquiera conozco en un grupo privado de Facebook. Generalmente, intento cuidar los contenidos que subo a mis redes sociales, que además no son muchos. Pero, ya estaba en el reto y me había propuesto participar en él, para poder documentar la experiencia.

El tercer día del “Reto Gana Tu Mañana”, fue muy parecido a los dos anteriores y fui notando ya que todas las transmisiones contaban con la misma estructura. Saludo y bienvenida; reflexión sobre lo revisado el día anterior, el reto y las publicaciones en el grupo



de Facebook, la rifa, el desarrollo y explicación del hábito del día, las herramientas recomendadas y la misión o reto del día. La única diferencia, además del hábito a tratar, fueron los problemas técnicos que se presentaron durante el *Live*, que interrumpieron la transmisión y nos obligó a esperar hasta que esta se restableciera, para que al final la transmisión otra vez se volviera a ir.

En esta ocasión, el tema y hábito de la mañana trató sobre la importancia de la hidratación desde que comienza el día y a lo largo del mismo. Entre otras cosas, Oso Trava, compartió una receta secreta, de su “suero mañanero” o “suero de Cracks”, del que destacó los grandes beneficios de cada uno de sus componentes y que, aunque no parecía muy agradable, valía mucho la pena probar. Una de las principales justificaciones que dio, sobre la importancia de hidratarnos a primera hora del día, tiene que ver con el hecho de la importante pérdida de agua que tenemos en la noche y el no tomar agua durante la misma. Sin embargo, dado lo aprendido durante los años que practiqué natación de forma más seria, aún conservo la costumbre de tomar agua durante las noches, para mantener la hidratación del cuerpo.

Además, la receta del “suero mañanero” -que se compone de agua, limón, sal rosa del Himalaya y vinagre de manzana sin filtrar-, ya la había escuchado sobre él mismo durante el programa de “WAR ROOM”, ya que dicho programa, incluía lo que Oso Trava llama su “Técnica Reville”, que consiste en una rutina para despertar, con los mismos componentes trabajados en las transmisiones del “Reto Gana Tu Mañana”, pero de manera comprimida. Sin embargo, en aquella ocasión cuando tomé el curso en línea de “WAR ROOM”, dicha técnica no me resultó interesante ni me sentí comprometido a realizarla, ya que estaba en una posición más de observador y menos de participante.



Pero una vez más la receta del “suero mañanero”, fue recomendada por Oso Trava y en esta ocasión habría que probarla, dado que tenía que ver con el “Reto Gana Tu Mañana” y además formaba parte de la misión de este tercer día del reto. Decidí preparar el suero y tomarlo. Y aunque la receta no parece muy atractiva, lo cierto es que no sabe mal. Al menos a mí me pareció bastante digerible y nada desagradable. Más que tomar el suero, la dificultad para mí fue hacer la publicación del grupo, pues tendría que subir una foto mía tomando el suero; y como ya mencioné, no me agrada mucho la idea de publicar cosas que realizo en mi día a día, en los espacios de mi casa y en la intimidad de mi cotidianidad. Mucho menos si se trata de un grupo de personas (dos mil setecientas), a las que ni siquiera conozco. Sin embargo, realice dicha publicación en tiempo y en la forma en que fue estipulada la misión del día.

El cuarto día del “Reto Gana Tu Mañana”, inició de la misma forma que los anteriores. Por mi parte ya no había dificultades para localizar la transmisión dentro del grupo de Facebook y poder iniciarla justo en el momento en el que comenzaba. Por otra parte, Oso Trava comenzó saludando, igual que siempre, pero pidiendo disculpas por los inconvenientes técnicos del día anterior, y ofreciendo algunas soluciones entre las cuales estuvo el hecho de mejorar el premio pensado para esa mañana. Además, al comienzo de la sesión, Oso Trava habló sobre algunas cuestiones a propósito del suero, los comentarios y fotografías que fueron publicadas el día anterior; el asunto de la sal rosa de Himalaya, para finalmente mostrar su suero ya preparado y tomarlo frente a la cámara diciéndonos salud a todos.

En este cuarto día del reto, el tema de la mañana y el hábito propuesto a ser incorporado en las rutinas de nuestras mañanas fue el ejercicio. A lo largo de toda la sesión Oso Trava, habló de los grandes beneficios y la importancia de hacer ejercicio, y sobre todo en la mañana. La mayor parte de las cosas que dijo durante esa transmisión, como él mismo



advirtió, eran ya conocidas. Por otra parte, en lo que a mí se refiere, la mayor parte de los puntos revisado durante esa sesión, no me resultaron tan novedosos, ya que llevo muchos años (desde que cursaba la preparatoria), aunque con algunos periodos de interrupción, practicando natación todas las mañanas: una hora, de tres a cinco días a la semana. De manera que, nuevamente, dado que el reto de esa mañana consistió en hacer ejercicio y subir la evidencia con una fotografía publicada en el grupo del reto de Facebook, mi dificultad fue más la publicación que la realización del reto mismo. Sin embargo, encontré la manera de realizarla sin tener que tomarme una *selfie* o tener que salir en la foto. Tomé una fotografía de la alberca y del reloj que utilizo para nadar, con las estadísticas del entrenamiento de esa mañana: tiempo, distancia, calorías, intensidad, entre otros. Para mi sorpresa, dicha publicación pareció resultar bastante atractiva; recibió uno que otro comentario y también una que otra reacción.

En este punto, recuerdo que también la publicación del día anterior, provocó algunas reacciones y fue motivo de algunos comentarios, en relación al tipo de vinagre que había utilizado para el suero y, la recomendación de que usara justo el que Oso Trava había recomendado para la receta.

Llegó el día cinco, mitad del “Reto Gana Tu Mañana” y a mi parecer una de las transmisiones más interesantes y de mayor profundidad; si es que se puede decir. Si bien, la estructura fue la mismas que la de las sesiones anteriores, el tema -incluso anticipado por Oso Trava mismo-, fue más a fondo de lo que habitualmente se había estado tratando. Además, otra cuestión, quizás no relevante, pero que sí introdujo algunos cambios a la habitual dinámica que se había venido dando, consistió en el hecho de que esta transmisión Oso Trava, no la realizó en el set del resto de los días, debido a que estaba de viaje y tuvo que transmitir desde el hotel en el que se encontraba hospedado.



En esta ocasión el hábito que Oso Trava, compartió para que los participantes del reto incorporáramos a nuestra mañana, fue lo que llamó “Respiración más Meditación”. Comentó algunas cuestiones que, por ahí en algunas pláticas con algunos conocidos llegué a escuchar, relativas al poder de la respiración y el método del famoso Wim Hof.

Explicó la importancia de la respiración y las bondades del método de Wim Hof, que él había incorporado como una práctica dentro de su vida. Habló de Wim Hof y cómo o por qué es que se ha hecho tan famoso en el mundo, así como también de los efectos que el método puede tener.

Otra característica importante de esta transmisión, tiene que ver con el hecho de que está fue la única en la que el hábito propuesto para incorporar en las mañanas, se realizó durante la sesión. Pues además de explicar cómo se lleva a cabo la respiración diafragmática, bajo el método Wim Hof, Oso Trava, guio una parte de la rutina mientras él mismo la realizaba.

Explicó cómo es que este método de respiración diafragmática, puede completarse con una serie de ejercicios mentales o de meditación, durante los intervalos de las series de respiración que incluye el ejercicio de la respiración bajo el método Wim Hof. Habló del poder de lo que él junto con muchos otros en el ámbito del *Coaching* y el *Management*, llaman el poder de la visualización.

Habló y recomendó los sistemas o métodos de visualización propuestos por Juan Lucas Martín y cómo es que él los adapta a los ejercicios de respiración del método Wim Hof. Habló de lo que es la afirmación personal o mantra y los efectos que puede tener en el



ejercicio de meditación, así como en la vida en general. También explicó, cómo siguiendo tres sencillos pasos se puede hacer.

Una vez más, la dificultad del reto de este día para mí fue la publicación de la misma, que en esta ocasión consistió en escribir la afirmación personal y subirla al grupo de Facebook del “Reto Gana Tu Mañana”. Sin embargo, nuevamente como el resto de las tareas, la realicé y la publiqué con la intención de continuar participando activamente en el reto.

El sexto día del “Reto Gana Tu Mañana”, fue particular debido a que fue la primera transmisión en fin de semana. El día anterior yo había salido a cenar y ya con el cansancio acumulado de la semana, aunado al hecho de que los sábados no acostumbro a despertar tan temprano, esa mañana sí me costó más trabajo conectarme a la transmisión. Sin embargo, puse mi alarma a la hora indicada y me conecté a tiempo al *Live*.

En esta ocasión, el tema y el hábito que se trabajó, fue algo que Oso Trava denominó “Blinda tu mente”, y que consistió en una serie de recomendaciones respecto a los contenidos con los que despertamos durante nuestras mañanas, y la importancia de prestar atención y tomar acciones para alimentar nuestra mente de contenidos positivos que aporten a un estado mental también positivo.

A pesar de ser fin de semana, después de la transmisión, ese día tenía varias actividades laborales programadas: una actividad formativa, vía Zoom de mi práctica como psicoanalista y la última sesión de clases de la maestría en la que participo como docente. Si bien, las conexiones a las transmisiones anteriores no habían dificultado o interrumpido, en lo general, la dinámica de mi día a día; esta en particular, con la desmañanada y el tiempo que le tuve que dedicar al *Live*, si me dificultó más el inicio de la mañana y el transcurrir del



día. Sin embargo, como pude estuve presente en la transmisión, grabando y tomando nota, y saliendo del paso cumplí con la misión solicitada para ese día. Subí la publicación sin prestar mucha atención a la misma y con el único objetivo de cumplir con ella.

Muy probablemente, en otras circunstancias, en las que mi participación en el reto no estuviera ligada a la investigación y el trabajo que aquí presento, habría optado por no conectarme ni participar ese día y retomar el reto en días posteriores.

Día siete del “Reto Gana Tu Mañana”, 5:45 de la mañana, fin de semana y además domingo. Último día de la semana, generalmente destinado al descanso. En mi caso, además habría un evento internacional muy importante en el que después de mucho tiempo, desde el 2017 para ser más precisos, se presentaría en público Jacques Alain Miller, importante psicoanalista en la actualidad y que ha sido referente en la presente investigación, para presentar su más reciente publicación, su libro titulado “Política Lacaniana”. Una presentación que, debido a la diferencia horaria de Madrid y Paris -que serían los lugares desde los cuales se transmitiría el evento-, sería también a temprana hora aquí en México: 8:30 de la mañana.

Así que con las mencionadas dificultades y todas las inherentes a un domingo por la mañana, me conecté a la transmisión como todos los días anteriores, pero una vez más habiendo optado, en otras circunstancias, por no hacerlo de no haber sido parte del trabajo de campo necesario para este semestre y del ejercicio autoetnográfico propuesto para el mismo.

Oso Trava, como sería de esperarse, resaltó el hecho de ser el séptimo día del reto y de estar aconteciendo en domingo. Para ser franco, este punto no lo había tomado en



consideración cuando se habló del reto de los diez días, sino hasta que llegaron los días del fin de semana. Sin embargo, habiéndome dado cuenta o no con anterioridad, de cualquier manera, este no habría sido un factor de decisión para mi participación o no en el reto. Pues si bien a esta altura, ya era claro que ello había representado determinadas dificultades, no habrían sido lo suficientemente significativas para desistir del hecho de participar en el reto.

Entonces, como veníamos comentando, Oso Comenzó destacando el hecho de que los participantes que ese día estábamos conectados, lo habíamos hecho por séptimo día consecutivo a pesar de que fuera domingo. Hizo una extensa reflexión en los términos en los que los había venido haciendo a lo largo de todo el reto, mientras que yo un poco adormilado, intentaba seguir la grabación y tomar notas, sin mucho interés en su *speech* de esa mañana. Sólo me interesaba, tomar registro de la transmisión para contar con el material necesario para continuar con el ejercicio autoetnográfico. Sus reflexiones sobre el compromiso, sobre el sentido de las cosas que hacemos, sobre el enfoque y sobre dónde ponemos la energía, ocupó la mitad de la transmisión que ese día tuvo una duración de alrededor de 45 minutos.

Después de eso y de realizar la rifa habitual de cada mañana, comenzó a hablar sobre el hábito y el tema correspondiente a este día del “Reto Gana Tu Mañana”, que es la *Hormesis*, un término que yo francamente nunca antes había escuchado y que en ese punto despertó mi interés por la transmisión de ese día.

Dicho término, de acuerdo a lo que Oso Trava explicó, se refiere a las adaptaciones benéficas que los seres vivos tienen que realizar para sobrevivir determinadas situaciones que tienen que soportar; se trata de la reacción positiva que un organismo tiene a un medio



ambiente hostil. Lo que sucede, por ejemplo, cuando te vacunas o cuando haces ejercicio y las fibras de tus músculos se rompen para regenerarse con mayor fuerza.

Seguramente dicho hábito fue programado para ser incluido el día en el que como a mí, muy probablemente a muchos les costó despertarse temprano para conectarse a la transmisión. Pues justo el hábito del que habló Oso Trava esa mañana tenía que ver con la importancia de la adaptación mental a circunstancias adversas, pues la Hormesis, no sólo es física sino también es llevada al plano de lo mental; y este es uno de los conceptos centrales de todo el “Reto Gana Tu Mañana”, y en realidad de cualquier cosa que tenga que ver con un reto.

A propósito de la Hormesis, Oso Trava, retomó el método Wim Hof, que implica respiración, meditación y exposición a frío. Que es fácil de hacer, ya que se puede llevar a cabo a través de baño con agua fría de la que, como en el resto de los días del reto, destacó los múltiples beneficios físicos que puede tener.

En este sentido, me parece que es importante señalar que, dentro de mis propias rutinas de la mañana, la hora del baño es muy importante. No hay día (al menos de que algo muy particular no lo permita), en el que no comience el día en el agua. Ya sea en los entrenamientos de natación o bien tomando el baño en cuanto me levanto, los días que no entreno. Pero siempre, para sentir que despierto, lo primero que hago es bañarme o nadar, incluso recién cuando estoy en la alberca siento que comienzo a despertar o cuando me estoy bañando siento que voy despertando.

La alberca siempre tiene su propia temperatura que, salvo algunas raras ocasiones, tiende a ser más fría que caliente; alrededor de 27 grados centígrados, para poder realizar un buen



entrenamiento. Pero cuando se trata de un buen baño para mí, lo que siempre procuro, -a pesar de que en más de una ocasión he escuchado que no es lo mejor para el cuerpo o la salud-, es que el agua esté lo más caliente posible.

Sin embargo, el reto para este séptimo día del “Reto Gana Tu Mañana”, consistió en bañarse con agua fría y habiendo explicado Oso Trava, que el hábito de bañarse con agua fría se podía ir haciendo progresivamente, opté por comenzar -nadara o no- el baño con agua caliente y al final ir la enfriando, para terminar el baño con el agua lo más frío que se pudiera.

Finalmente, como en la mayor parte de los retos de la dificultad, este día fue la publicación en el grupo de Facebook, pues el reto consistió en subir una foto, tomando el baño con agua fría. Sin embargo, decidí hacer dicha publicación con una fotografía únicamente de la regadera.

El día ocho del “Reto Gana Tu Mañana”, aconteció nuevamente ya en un día habitual de la semana. Si bien, las conexiones, la participación y el trabajo de documentación de los distintos días del reto, nunca se interrumpieron: siendo lunes e inicio de la semana laboral, nuevamente fue más fácil retomar el ritmo, despertar temprano y conectarse a la hora de inicio del reto.

Como todas las transmisiones en vivo, esta octava, inició de la misma manera con el saludo, la reflexión mañanera y la rifa, para después pasar a la presentación del hábito del día. Que en esta ocasión fue algo muy sencillo y en mi caso, incorporado a mi rutina de todos los días por la mañana. El desayuno, su importancia y sus beneficios.



Así, cumplir con el reto de esta mañana, en principio sería tarea fácil, ya que sólo habría que tomar una fotografía del nutritivo desayuno de esa mañana, que diera cuenta de las recomendaciones realizadas por Oso Trava, durante esa transmisión en vivo. No sería complicado, debido a que todas las mañanas acostumbro a desayunar bien. Generalmente suelo, comer fruta y huevo preparado de distintas maneras (estrellado, a la mexicana, con jamón, salchicha o alguna otra receta, dependiendo de los ingredientes que haya en casa y el tiempo que tenga para prepararlo), acompañado de jugo, café y un poco de pan o tortilla. Sin embargo, esa mañana hubo una serie de complicaciones debido a que, en la casa, justo la noche anterior nos dimos cuenta que nos habíamos quedado sin gas. Así que, a la mañana siguiente, sólo tendríamos gas hasta más tarde y además yo tenía una reunión a la que me tenía que conectar a las 9:00 o 9:30 a.m.

Entonces, después de la transmisión, saliendo de la natación decidí ir a comprar el desayuno para llevarlo a la casa, aunque sabía que no era de lo más nutritivo, pues justo ese día en el lugar donde en algunas ocasiones compro el desayuno, lo que había eran huaraches de chicharrón. Pero pensé que para desayunar ese día estaba bien ya que sería lo más rápido de comer, se me antojaba y que de alguna manera podría salir del paso ese día para la publicación en el grupo de Facebook.

Así que compré el desayuno, me fui a casa a desayunar, tomé la fotografía para la publicación y más tarde, después de la reunión que tuve por la mañana, subí la fotografía al grupo de Facebook del reto. Y así fue como concluyó ese día el trabajo referente a mi participación en el reto.

El Día nueve del “Reto Gana Tu Mañana”, a un solo día de concluirlo, igual que siempre, listo ya unos cinco minutos antes de las 5:45 de la mañana, con el Ipad en mi mano, el



celular abierto en el grupo de Facebook del “Reto Gana Tu Mañana” y el otro abierto en la aplicación para realizar la grabación de voz, comenzó la transmisión en vivo, de la misma manera y con la misma estructura de los días anteriores.

En esta ocasión el tema y el hábito del día, trató sobre la intensión y el enfoque. Para lo cual compartió y explicó una herramienta que se llama la estrella de la vida. Sencilla, pero a decir de Oso Trava, sumamente poderosa para evaluar cómo cada uno de nosotros estamos en la vida.

La estrella de la vida, al contemplar las siete áreas más importantes de la vida de las personas, permite que podamos evaluar cada una de ellas y darnos cuenta de cuáles de las que más nos importan, requieren de mayor atención y enfoque de nuestra parte. Así que, en esta ocasión, el reto fue relativamente sencillo y más conceptual o reflexivo, pues consistió en que cada uno de los participantes del reto, hiciéramos el ejercicio, para el cual Oso Trava, nos envió por correo la estrella, y una vez que la tuviéramos hecha, subiéramos una foto para compartirla en el grupo de Facebook.

Cabe destacar que, este ejercicio también se encontraba incluido en el curso de “WAR ROOM” y que es un ejercicio de uso muy común en los cursos o entrenamientos de Coaching. Así que, no era la primera vez que escuchaba sobre esta herramienta, ni la primera vez que lo realizaba. En lo personal, la realización de este ejercicio, me pareció conocido y lo que surgió del mismo, no me pareció tan revelador como Oso Trava, había anticipado a la hora de explicar el instrumento, su intención y la aplicación del mismo.



Sin embargo, realicé el ejercicio con la intención de cumplir con el reto del día y poder hacer la publicación del mismo, en el grupo de Facebook; y dado que la fotografía era de la hoja del ejercicio, no tuve mayor complicación personal para hacer la publicación.

Finalmente llegó el día diez del “Reto Gana Tu mañana” y el último día de todo el reto. Un miércoles por la mañana, llegaría a término el recorrido por estos diez días consecutivos de reto y aprendizaje de algunas cosas novedades y algunas no tanto; ya más conocidas.

En general el reto me había parecido bueno, consideraba que me podría aportar elementos para la realización de mi investigación sobre la cultura del *Management*, y a lo largo del mismo me había surgido algunas ideas que podría considerar posibles hallazgos.

Uno de los más importantes fue el hecho de confirmar, con la participación de este reto, la transversalidad y potencia cultural que el discurso del *Management* tiene actualmente en nuestra sociedad. Y si bien, es algo que ya venía esbozando desde los primeros planteamientos del proyecto de investigación, en un inicio había pensado que este discurso se circunscribía e incidía en el campo de los laboral. Sin embargo, con el reto pude percatarme que las fronteras del *Management*, no se limitan a dicho campo, sino que abarcan un terreno mucho más amplio que incluye la vida personal y el día a día, seguramente, de millones de personas. Mientras escuchaba las transmisiones en vivo de cada uno de los días del “Reto Gana Tu Mañana”, recordaba algunos de los contenidos trabajados y las temáticas abordadas en las conferencias y en los seminarios en los que participe anteriormente. De manera que el *Management*, no es una cultura que atañe únicamente al campo del trabajo, sino que muy probablemente debido a la centralidad constitutiva del trabajo, el *Management* es una cultura que permea de una u otra forma la vida personal de mucha gente.



Incluso podría decir que, me encontré con el hecho de que la cultura del *Management* (a pesar de los muchos años que llevo en el recorrido de mi propio psicoanálisis), muy probablemente estaba más presente o más íntimamente presente en mi vida de lo que pensaba. Pues si bien es cierto, que el *Management*, sus prácticas y la cultura que promueve, me es literalmente muy familiar, dado que vengo de una familia en la que mi abuelo paterno, mi padre y uno de mis hermanos son administradores de empresas, y otro de mis hermanos psicólogo del trabajo, me encontré con el hecho de que muchas de las prácticas como hacer ejercicio, desayunar bien, entre otras, están muy incorporadas en mi vida desde hace muchos años. Muy probablemente, por mi temprano acceso a contenidos de este corte, ya fuera por lo que escuchaba en casa desde muy pequeño o bien, por libros que había en casa y algunas lecturas realizadas en mis años de adolescencia, como el canónico libro de los “Siete Hábitos de la Gente Altamente Efectiva” de Setphen Covey.

Pero volviendo al punto sobre la transmisión del último día del “Reto Gana Tu Mañana”, esta también contó con la misma estructura de las transmisiones anteriores, aunque con algunas variaciones y un poco más de tiempo en su duración.

Oso Trava dio la bienvenida como en el resto de las mañanas, hizo la reflexión del comienzo, sólo que en esta ocasión no se limitó al reto de la estrella de la vida el día anterior, sino que intentó abarcar el proceso vivido a lo largo del reto. Habló de los avances alcanzados durante dicho proceso, los cambios, las transformaciones, las historias de algunas personas, y la importancia de seguirse manteniendo dentro de un trabajo de mejora continua.

Al comienzo habló también un poco sobre su programa “Cracks de tiempo”, que define como un programa de diseño de vida y realizó la rifa para el premio del reto sobre la estrella



de la vida, del día anterior. Dicho premio en esta ocasión, consistiría justamente en el acceso al programa “Cracks del tiempo”, para el ganador, con un valor estimado de \$10,000 dólares. Para ser franco, de todos los premios que fueron dando a lo largo del reto, este o el acceso al programa de Juan Lucas Martín, son los que me habría gustado ganar, por el interés que despertaron en mí.

El ganador de esa mañana fue mencionado, y Oso Trava después de una larga reflexión sobre su situación actual de mucho éxito y cómo se encontraba hace algunos años, continuó con el tema o hábito de ese día, que a mi parecer intentó que fuera el día de mayor profundidad, puesto que el tema se trataba sobre el diseño de vida o lo que él llama “*Do meaningful shit*” (que se traduce, algo así como, “haz lo que importa”), a través de un método que denomina DMS (Dirección, Movimiento y Sentido).

Sin embargo, más allá de lo profundo que haya logrado ir o no, durante la sesión y aunque varias de las cosas que abordó ese día pudieron resultar de interés y de utilidad, lo cierto es que, el objetivo principal de la sesión consistió en preparar el terreno para vender su programa “Cracks del tiempo”. Que, a decir verdad, como ya mencioné, me pareció interesante como posible camino para continuar con el desarrollo del trabajo de campo de la investigación, y llegué a considerar, adquirirlo en función de los descuentos y bonos que ofreció ese día.

Habiendo finalizado de esta manera el “Reto Gana Tu Mañana”, en términos de mi experiencia en el proceso, en general podría considerar que me pareció bueno, con algunas cosas interesantes y bastante ameno, salvo los dos días de fin de semana en los que hubo transmisión a la misma hora que el resto de los días.



Cabe destacar que la razón por la que decidí ingresar al “Reto Gana Tu Mañana”, como ya lo mencioné, se debió en principio a la sugerencia de realizar un ejercicio autoetnográfico sobre los contenidos de *Management* ofrecidos de manera virtual desde los comienzos de la pandemia y por otra parte, que sí bien el “Reto Gana Tu Mañana”, en principio no parece tratarse de un curso o seminario de *Management*, es claro que comporta toda la cultura de esta industria. No sólo el facilitador (Oso Trava) sino también los contenidos, son los mismos que en otros programas orientados con mayor claridad a la gestión de los negocios. Como lo fue el caso de “WAR ROOM”, ofertado también por Oso Trava a comienzos de la pandemia y que también forma parte del trabajo de campo de esta investigación.

Como comentaba, el reto para los efectos de la investigación, al momento de realizarlo, mientras transcurría cada uno de los días, me parecía que podría aportar material de interés y de utilidad para el desarrollo de la investigación y estudio del *Management*, como una de las unidades de análisis de la misma. En lo personal, como experiencia algunos días me parecieron más interesante que otros. Sobre todo, como indiqué, la sesión en la que se trabajó el hábito de la respiración más la meditación, fue la que me resultó más relevante. Algunas sesiones me parecieron un tanto reveladoras, otras un repaso de cosa ya sabidas, vistas o leídas en otras partes.

Mientras escuchaba las transmisiones en vivo cada mañana, más allá de estar al pendiente de la grabadora de voz y de tomar notas que pudieran ser de utilidad para este trabajo, en lo general cada sesión me pareció amena, agradable y con consejos de interés que podían ser de utilidad. De manera que tanto como consumidor como investigador, la decisión de inscribirme y participar en el reto, me pareció acertada. Aunque, como también ya lo mencioné, de haber participado únicamente como consumidor muy probablemente no me



habría conectado los días seis y siete del reto, que cayeron en sábado y domingo, respectivamente.

### **EL REPORTE DEL TRABAJO DEL “RETO GANA TU MAÑANA”.**

Una vez concluido el reto y habiendo realizado las distintas tareas propuestas a lo largo de los días en los que transcurrió dicho reto. Llegó el momento de realizar el reporte de este trabajo de campo guiado por el esfuerzo de realizar un ejercicio autoetnográfico.

“La autoetnografía implica, en gran medida, hacer un ejercicio de escritura que, aunque no siempre es anterior a la recolección de datos, sí marca el proceso en la medida en que es ahí en donde se va dando la explicación. Es en el proceso de escribir en el que se va reflexionando la explicación. Es en el proceso de explicación en el que se va reflexionando sobre el tema, ejercitando la introspección, y así, generando conocimiento” (Bérnard, 2016, p.183).

Había que comenzar a escribir, y si bien contaba ya con la guía de la lectura realizada del libro de Silvia Bérnard, “Atrapada en provincia” -que al final del mismo contempla una parte de reflexión epistemológica y metodológica de la autoetnografía-, en ese momento, me parecían insuficientes los elementos metodológicos para comenzar a realizar el reporte de los recabado hasta el momento, de este trabajo de campo. No sabía si las notas que había tomado durante las sesiones serían suficientes, si tendría que transcribir cada una de las sesiones o simplemente relatar lo que mi memoria podría traer al recuerdo. Tampoco sabía, si habría tenido que considerar alguna herramienta más u otra forma de registrar la experiencia durante el proceso en el que transcurrió el “Reto Gana Tu Mañana”.



El libro de Silvia, en ese momento me parecía esclarecedor en el sentido de mostrar la manera en que ella había emprendido su trabajo autoetnográfico. Sin embargo, su tema y modo de aproximación, me resultaba muy distintos. Para empezar, su trabajo era el resultado de la investigación de un tema que ya había hecho pasar por otros métodos, mientras que en mi caso se trataba de una primera aproximación. Por otra parte, el trabajo autoetnográfico presentado por Silvia Bérnard, da cuenta de un proceso de inmersión y experiencias de muchos años, mientras que en mi caso se trataría de dar cuenta de una experiencia de tan sólo unos cuantos días o semana y media.

Así que, para ser franco, en un principio, me sentí un poco ofuscado e incluso consideré seriamente cambiar de estrategia, dejar a un lado lo sucedido en el reto y retomar el trabajo de otra manera. Nuevamente, como lo había planteado al inicio de la investigación y como además sabía que sería más fácil para mí y muy probablemente, mejor validado por mis directores y los cuerpos académicos del programa de doctorado. Pensé, entonces, en dejar a un lado la idea de realizar el trabajo autoetnográfico, y buscar a mis fuentes o informantes calificados, para realizar una serie de entrevistas y realizar el reporte correspondiente para el corte por venir de la entrega de avances de este semestre.

Sin embargo, sentía que no era el mejor momento para emprender el trabajo de realizar las entrevistas, ya que deseaba una mayor inmersión dentro la cultura o industria del *Management*, para poder extraer mejores elementos en mi aproximación a dicho campo.

Además, aunque no sabía muy bien de qué manera y todo el tiempo estuve pensando en una serie de objeciones que posiblemente reciba por parte de mis lectores en el próximo Coloquio, pensé que este abordaje me permitiría obtener material que resultaría útil para la investigación y el tema que me interesa desarrollar.



Opté entonces, por orientarme con la experiencia transmitida por Silvia Bénard en su trabajo, a mi forma y comencé a escribir como pude, con apoyo de las grabaciones de las transmisiones notas, transcripciones y a intentar darle orden a lo recabado, para poder realizar el presente reporte.

Debo confesar que dicha tarea ha resultado ardua, exhaustiva y por momentos incluso agotadora. Sin embargo, en el transcurrir entre la realización de las notas guiadas y transcripciones de las sesiones con apoyo de las grabaciones; y la escritura del reporte, comenzaron a emerger una serie de ideas que me resultaron sumamente interesantes, para la realización del análisis de los datos y que se pueden decantar del trabajo aquí realizado.

Una de ellas, tiene que ver con la estructura de las transmisiones, ya no sólo a nivel de la programación de las mismas: saludo, bienvenida, reflexión, presentación y desarrollo del hábito del día, recomendación de herramientas y asignación del reto del día. Sino cómo todo tema desde el más básico como lo pueden ser el cuidado del sueño y la hidratación, hasta la meditación, los pensamientos y el sentido de la vida misma, son referidos invariablemente a cuestiones biológicas y meramente orgánicas.

Es decir, que de los distintos temas que se abordan y la aproximación que se les da a los mismos, por muy profundos que pudieran pensarse que son, con el sentido mismo de la vida, los asuntos relativos a la espiritualidad y la conexión con algo más profundo, siempre son referidos a procesos fisiológicos, anatómicos u orgánicos.

Pudiera pensarse entonces, que siempre hay una explicación biológica para lo que acontece en la vida de los seres humanos, ya sea en ámbito del trabajo o de la vida misma de las



personas, pero más allá de eso, lo que se observa es la reducción del ser humano a su aspecto orgánico; el ser humano pensado como puro organismo. Un organismo al servicio de la producción y el consumo. Ya que la mejor manera de rentabilizar las vidas humanas dentro de la lógica neoliberal, es reduciendo a los hombres en organismos puramente biológicos. Como organismos vivos, deshabitados de subjetividad, tornándose así más rentables dentro del sistema neoliberal, la producción y el consumo dentro del mercado.

Dicha idea que me parece fundamental, para los efectos de la presente investigación, si bien surge del análisis de los contenidos del “Reto Gana Tus Mañanas”, no sólo se lee o puede extraerse desde ahí, sino también de otros contenidos como los presentados en el seminario “*WOBI On Resilience*” de Mario Alonso Piug, la conferencia de Ignacio Martínez Mendizaval “Las personas y las organizaciones del futuro”, e incluso el seminario de Michael Porter “*WOBI On Strategy*”. A mi parecer, tan sólo esta idea constituye en sí misma una unidad de análisis posible o incluso un tema a investigar.

Por otra parte, otra idea que surgió del trabajo de recolección y reporte durante el ejercicio autoetnográfico del “Reto Gana Tus Mañana”, tiene que ver con la noción siempre presente un futuro permanente, que parece negar el presente que acontece y el pasado que precede las situaciones de vida. Como si se pudiera vivir en un futuro continuo en el que el presente no importa y el pasado no existe. La identidad se moldea a partir de un futuro permanente que niega el presente. Es decir que la estructura del discurso de *Management*, su industria y la cultura que promueve, se sostiene en la idea de un futuro que tiende siempre al progreso y a la mejora continua, sin detenerse a pensar en circunstancias presentes, las consecuencias de las acciones que promueve, ni las lecciones que se pueden extraer del pasado. El *Management*, entonces es un discurso proyectado permanentemente al futuro. Y esto también se observa, no solamente en la estructura discursiva planeada por Oso Trava



a lo largo del “Reto Gana Tus Mañanas”, sino en algunos planteamientos como los de Michael Porter en “*WOB! on Strategy*”, la conferencia de Lynda Graton “Repensando el futuro del trabajo” y de Amy Webb “Perspectiva estratégica de futuro” en el World Bussines Forum “Reamarkers”.

Se mencionó también la transversalidad no sólo en el mundo de las organizaciones y los distintos niveles de gestión en el trabajo (directores, gerentes y trabajadores administrativos), sino en un sector de la población muy particular (en su mayoría emprendedores o aspirantes al emprendimiento) que llevan las ideas maquiladas desde la industria de *Management* a su vida, en su día a día. Del cual el “Reto Gana Tu Mañana”, es un significativo testimonio, pero también toda la serie de programas de formación y diseño de vida que se ofertan por distintos medios, aun en la época del aislamiento social o incluso con mayor ímpetu en dichos tiempos.

Finalmente, otra idea ya planteada en las proposiciones de la presente investigación y que, si bien ya había sido posible demostrar, mediante la emergencia de la amplia oferta de programas de formación empresarial y diseño de vida dentro de la aquí denominada industria del *Management*, tiene que ver con la permanente oferta y empuje al consumo de productos y servicios inherentes a las prácticas promovidas por la cultura del *Management*. Una vez más el “Reto Gana Tu Mañana”, constata que no habiendo terminado aún el reto, un nuevo producto ya estaba a la espera de ser consumido en la puerta de salida del mismo: “Cracks del Tiempo”. Promovido como un programa de vida con sentido, sin dejar de mencionar la gran cantidad de productos anunciados, ofertados y promovidos a lo largo de todas las transmisiones en vivo de los días del reto. De la misma forma que sin haber finalizado aún el *World Bussines Forum “Reamarkers”*, ya estaba en puerta el *World Bussines Forum “The Incredible Now”*, mediado por el *Management Week*



y una serie de seminarios y *Master Class* que permanentemente son ofertados a lo largo del año.

Por lo tanto, me parece que este ejercicio autoetnográfico, a pesar de lo arduo, extenso y sobre todo de su aparente falta de estructura en términos metodológicos, muestra importantes hallazgos dentro de la investigación.



## CASO TRES: SIMON COHEN

**PLENO:** Los secretos de un empresario que buscando el **éxito**, encontró **la felicidad**.

“PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el **éxito**, encontró **la felicidad**”, es el libro escrito por exitoso empresario mexicano Simón Cohen, en el que expone su trayectoria como empresario, desde sus inicios y las diferentes etapas de la misma hasta la actualidad. Las crisis emocionales, familiares y de salud que tuvo como consecuencia de la vida que como empresario decidió emprender. Así como la forma de enfrentarlas y las soluciones a las que llegó, después de superar dichas crisis. Se trata de un libro de carácter testimonial, en primera persona, que conjuga la visión de vida dicho empresario, antes, durante y después de dichas crisis. Así como también de la exitosa empresa familiar que ha forjado a lo largo de su trayectoria profesional, que ha sido objeto de estudio de prestigiosas universidades, referentes del mundo del *Management*, como Harvard y Oxford.

De manera que dicho libro, constituye un importante material, para su abordaje, estudio y análisis en la presente investigación, ya que permite una inmersión a fondo en la vida, en los sentidos y en las significaciones del sujeto propuesto a ser estudiado, en relación a la cultura del *Management* y su indecencia sobre la subjetividad; que en este caso corresponde a un empresario propietario de una empresa mexicana de alcance global.

“Fernando. Que tengas una vida Plena! Simón”, está escrito en la primera página del libro de Simón Cohen, llamado “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito, encontró la felicidad”, como resultado del encuentro que tuve con él en la presentación de su libro en el Club de Industriales de Querétaro.



Fue un miércoles por la tarde, que Simón Cohen se presentó ante un número significativo de personas (aproximadamente unas 120) en el salón principal del Club de Industriales de Querétaro: “Salón Presidentes”.

Bajo la modalidad de entrevista, Simón Cohen, contó la historia sobre el libro y cómo fue que decidió escribirlo como consecuencia de dos momentos fundamentales en su carrera como empresario: un fuerte problema de salud que tuvo a sus 32 años y la enfermedad crónica de su padre, que finalmente falleció.

El 6 de octubre de 2020 el equipo de editores y yo tuvimos nuestra última reunión. **PLENO** estaba terminado, la emoción era indescriptible. Estábamos preparando todo para nuestro gran lanzamiento. Esa noche nos fuimos a dormir felices y satisfechos por el trabajo logrado.

A las 4:18 de la mañana sonó el teléfono, esa llamada que no quieres que llegué jamás. Mi hermano Pepe me pedía que fuera a casa de mis padres; a las 11:08 de la mañana mi papá trascendió, después de una lucha de un año contra un cáncer muy agresivo en el cerebro (Cohen, 2021, p. 8).

“PLENO”, es el libro en el que Simón Cohen, cuenta su historia como empresario, los momentos más significativos de su vida, así como las lecciones aprendidas a lo largo de todo ese tiempo.

Con un carácter muy testimonial, Simón Cohen comparte el entrecruzamiento de su vida profesional como empresario con su vida personal. Además de las dificultades familiares y de salud, que se han presentado en su vida, cuenta cómo fue que afrontó cada una de ellas y cómo le permitieron replantearse sus objetivos, sus formas de actuar y de ver el trabajo. Para finalmente, como resultado de todo ello, desarrollar junto con sus colaboradores, un



modelo de gestión de trabajo llamado “*High Performance, Happy People*”, que implementó dentro de Henco: su empresa familiar, dedicada a la logística y transporte internacional de carga.

Implementar una cultura de bienestar, plenitud y felicidad, que al mismo tiempo estimule la productividad y un mayor rendimiento significó mucho trabajo [...] No se puede ser feliz con hambre o frío; entre mejor rendimiento tengas, más feliz serás, y entre más feliz seas, mayor rendimiento tendrás. Es un círculo virtuoso. Así nació lo que pronto sería la base de la cultura organizacional de Henco: *High Performance, Happy People*, si no logras ser feliz en el trabajo, que es el lugar donde pasas más tiempo despierto, entonces ¿qué sentido tiene la vida? (Cohen, 2021, p.141).

Cabe destacar que, el éxito de HENCO, motivó la realización de un estudio de caso, por London Business School y, años más tarde, derivado del desarrollo del “*High Performance, Happy People*”, en la empresa, otro estudio de caso por Harvard Business School. Este último fue presentado en enero de 2020:

Durante dos años, tuvimos la fortuna de que la Universidad de Harvard trabajara en un caso de estudio sobre Henco y nuestra cultura *High Performance, Happy People*. Les gustó tanto que hasta hicieron un documental en video. ¡No puedo estar más orgulloso de esto! Nuestra `pequeña empresa´ sería, a partir de ese día, un ejemplo de cómo tratar a sus colaboradores, clientes y proveedores de una manera muy humana. La felicidad y la buena vibra que decidimos implementar en Henco estaba trascendiendo (Cohen, 2021, p.97).



De acuerdo a lo que se indica en su reseña curricular, Simón Cohen, es Licenciado en Comercio Internacional egresado de ITESM. En 1998 fundó con su padre y sus hermanos, la empresa llamada Henco de Logística y transporte internacional de carga, que actualmente pertenece a su familia.

En 2010, fue reconocido por London Business School como un destacado empresario, realizando un estudio de caso sobre su habilidad estratégica en los negocios. También por la Universidad de Harvard, que escribió y realizó un podcast y video de su historia, resaltando la cultura organizacional de excelencia High Performance Happy People, implementada en su empresa.

Simón Cohen es socio y consejero de diferentes empresas a nivel nacional e internacional. Sus logros constantes han sido reconocidos en el mundo: fue galardonado como *The Most Trusted CEO México* en el 2017, por su liderazgo al contribuir en el mundo corporativo con su ejemplo y modelo de negocios. Ha sido considerado como una de las personas más inspiradoras de México por *Those Who Inspire* en el 2018, además de que Henco ha sido reconocida por *Great Place to Work Institute* durante más de una década como la mejor empresa de logística para trabajar en México.

### **Día Cero: Era necesario despertar el espíritu y comenzar a vivir de nuevo.**

En su libro “PLENO”, Simón Cohen comienza el relato de su historia de éxito en la que se encontró con la felicidad, a partir de lo que él llama el día cero, que lo llevó a replantear de sus objetivos en su vida tanto personal como profesional.



Estaba del otro lado del mundo, a miles de kilómetros de México, en donde se habían quedado mis tres hijas: una de cinco, otra de tres y las más pequeña que estaba por cumplir un año.

[...] preso del miedo que siempre ha sido mi talón de Aquiles, mi alma se abrió.

Tenía 32 años y por primera vez sentía que el futuro estaba por completo fuera de mi control. Después de tanto tiempo de trabajo intenso y constante, de buscar por todos lados y a toda hora la forma de hacerme millonario, no solo estaba frente a la posibilidad de perderlo todo, sino que lo perdería lejos de los que era verdaderamente importante.

[...] el dolor en el pecho se mantenía ahí y el cosquilleo en mi trapecio era constante.

Me conectaron aparatos e hicieron varios estudios, incluido un electrocardiograma. Mientras la impresora mostraba el resultado, leí la palabra `anormal`.

[...] llevaba varios días sin dormir bien, sin descansar, sin hacer ejercicio, sin comer de forma adecuada, y que prácticamente había estado trabajando de sol a sol los últimos seis días (Cohen, 2021, pp.34-36).

Después de varios días hospitalizado en Hong Kong, al regresar a México y visitar al mismo cardiólogo con el que habían hablado mientras se encontraba allá, confirmó el diagnóstico “Wolff-Parkinson-White, aunado a un enorme estrés” (Cohen, 2021, p.45). Que llevó a que Simón Cohen, durante un año estuviera en tratamiento con la finalidad de bajar la ansiedad y controlar el ritmo cardíaco.



[...] Quería descansar y eliminar el estrés, pero al tratar de desconectarme me sentía más ansioso. Estaba en un círculo vicioso interminable para mí.

Entonces comenzó una de las revoluciones más importantes de mi vida como empresario: tuve que aprender a delegar lo que yo hacía antes, entender que no todo podía -ni debía- depender de mí, y comencé a tratar mi enfermedad de raíz: terapias, psiquiatra, psicólogo, cardiólogo, y un número considerable de medicamentos. Me acerqué a la meditación e intenté regresar al deporte de manera pausada, probé varias técnicas para dormir mejor, aprendí a comer correctamente, de forma muy sana. Entendí que estas actividades son básicas para tener una buena vida.

[...] Los aprendizajes personales de esta experiencia me hicieron reflexionar sobre qué quería de mi vida. Tenía 33 años y tomaba un número elevado de medicinas entre ellas un par de ansiolíticos que me tenían como títere. Le confesé a Tammy que llevaba un año sin sentirme bien, que necesitaba un reinicio.

Quería conectarme con la naturaleza y desconectarme de la tecnología y del trabajo [...] Necesitaba paz, naturaleza, libertad; me urgía tiempo de calidad con mis hijas y con mi esposa, quedarme quieto por un momento sin preocupaciones. Era necesario despertar el espíritu y comenzar a vivir de nuevo (Cohen, 2021, pp. 45-46).

En su libro, Simón Cohen afirma que comer sano, dormir bien y hacer ejercicio, son la receta perfecta para reiniciar nuestro organismo. Que vinimos a este mundo a ser felices, pero el problema es que se nos olvida: “El ritmo de vida que llevamos es muy acelerado y nos hace preocuparnos por cosas superficiales que eventualmente se vuelven importantes, y lo verdaderamente importante, se vuelve superficial” (Cohen, 2021, p.51).



Una de mis palabras favoritas es `ataraxia´ [...] es un término filosófico que habla de mantener nuestras emociones en equilibrio mediante la búsqueda de una paz interior: es la tranquilidad del estado de ánimo por la ausencia de penas y temores. Hasta antes de lo sucedido en Hong Kong, y desde que tengo memoria, viví con miedo al futuro, pensando que estar en paz consistía en tener todas las necesidades materiales cubiertas.

Lo que pasó en Hong Kong aquel 2006 me obligó a ver hacia adentro y a vivir cada día agradeciendo lo que tengo, lo que no tengo y, sobre todo, por cada una de las personas que me rodean. Así fue como llegó mi día cero, el reinicio de mi vida (Cohen, 2021, p.51).

### **Del éxito como empresario al arte de dormir tranquilo.**

En “PLENO” Simón Cohen, habla también del ritmo de vida que llevaba, hasta que se presentó el episodio vivido en Hong Kong, “enfocado solo en cumplir mis objetivos económicos, sin descanso, sin pausa y con tanta prisa” (2021, p.56). Sobre las consecuencias de dicho ritmo de vida, las modificaciones que tuvo que hacer en su vida, así como de la manera en que se piensa a él mismo, a partir de dicho suceso.

La empresa empezó un acelerado ritmo crecimiento, y yo seguía empeñado en el asunto del dinero; quería ser millonario. Por mi mente pasaba `si alguien pudo, yo también puedo, no me voy a quedar en el intento´, e incrementé el ritmo de trabajo día con día.

Dejé de dormir bien, muchos días me saltaba la hora de la comida y me olvidé por completo de hacer ejercicio. Vivía tan cerca de mi oficina, que a veces iba 15



minutos a bañar a mis bebés, y regresaba a terminar lo que había dejado pendiente. Mi única obsesión era trabajar (Cohen, 2021, p. 60).

Así, derivado de un exitoso crecimiento de la empresa familiar -que Simón Cohen, junto con su papá y hermanos, comenzaron de cero, primero en sociedad con una empresa germano-mexicana llamada Cargo Masters Internacional y después de manera independiente- desde 1998 hasta el 2006 lograron que la empresa “tuviera un crecimiento constante a doble y triple dígito” (Cohen, 2021, p.61). De manera que Simón, su papá y su hermano consideraron la posibilidad de comprar o vender el 50% de su participación en Cargo Masters Internacional. Sin embargo, debido a que la “empresa era manejada 100%” por Simón, finalmente se inclinaron por proponerle a sus socios la compra de las acciones.

El viaje a China en el que tuve el incidente fue pocos meses después, en mayo; para ese momento ya aterrizábamos la idea de que nos vendieran su parte. 2006 y 2007 fueron años muy complicados, en los que vivía inmerso en el estrés. En junio de 2007 fue el viaje a la playa con mi familia, cuatro meses después concretamos la negociación de compra-venta y nos quedamos con el 100% de las acciones. Y en diciembre de 2008 renombramos la empresa, Henco Global, nombre que nace de las sílabas de nuestro apellido: CO-HEN, HEN-CO (Cohen, 2021, p.62).

Tal fue el éxito de la estrategia, que fue en el 2011 cuando London Business School, “una de las mejores escuelas de negocios en el mundo” (Cohen, 2021, p.64), realizó en caso de estudio sobre Henco Global, para los alumnos de carrera, maestría y educación ejecutiva.



Sin embargo, Simón Cohen, cuenta que durante un viaje a la playa que realizó con su esposa y sus hijas, después del incidente en Hong Kong, su visión de la vida cambió y, si bien quería que llevar su empresa al siguiente nivel, “había tomado la firme decisión de ser un hombre feliz, y para conseguirlo necesitaba paz. El primer paso era dormir tranquilo” (Cohen, 2021, p.64).

Tuve que sentir la muerte cerca para entender que existen cosas en la vida que son más importantes que lo material, como dice el dicho: “Hay gente tan pobre, tan pobre, que lo único que tiene es dinero”. Yo no querían ser un millonario solitario y sin familia.

[...] Hoy mi filosofía personal y de empresa es High Performance, Happy People (alto rendimiento, gente feliz), pues es más probable que encuentres felicidad si tienes un alto rendimiento, que si eres un flojo que no quiere hacer nada. Si estás desempleado y no tienes dinero, ni casa o cobijo, si no posees nada, va a ser muy difícil que seas feliz. Si tienes estabilidad financiera y paz, va a ser más sencillo gozar de una vida plena. Es muy complicado encontrar la felicidad dentro de uno mismo, pero es imposible encontrarla en cualquier otro lugar (Cohen, 2021, p.65).

Para Simón Cohen, la “meta en la vida debe ser un constante crecimiento en todos los aspectos: intelectual, económico, de amistades, de amor y de familia. De manera que, de regreso de su viaje a la playa, decidió desarrollar junto con su equipo de trabajo, tres aspectos que considera fundamentales, dentro de la empresa para toda la gente que trabaja en Henco:



1. Bienestar, o como él lo llama *wellness*: tiene que ver con dormir bien, comer bien y hacer ejercicio.
2. Conexión espiritual o *mindfulness*: se refiere a la meditación, para tener la mente en paz y el agradecimiento.
3. Felicidad o *happiness*; es decir, la posibilidad de disfrutar la vida, la familia, los amigos, así como dar e inspirar.

La coordinación personal de dichos elementos, de acuerdo a los planteamientos de Simón Cohen, permite y da como resultado que las personas se conviertan en personas de alto rendimiento. Y es así como “nació la filosofía que hoy es parte fundamental de nuestra compañía: High Performance, Happy People” (Cohen, 2021, p.67).

Saber que hiciste tu mejor esfuerzo es estar en paz, llegar a casa a dormir en armonía. No es posible estar en paz si no haces bien tu trabajo. La tranquilidad es la gran manifestación de felicidad. Así de fácil (Cohen, 2021, p.67).

Simón Cohen, afirma que la felicidad tiene que ver con la relación que existe entre las expectativas de cada uno y su realidad, es decir entre lo que cada uno quiere y lo que tiene. “Entre más alineadas estén, más feliz eres y menos frustraciones te causan. De la mano de un constante crecimiento intelectual, moral, profesional y espiritual. Así llega la Paz. (Cohen, 2021, p. 68). Entre más se trabaja por algo, más se disfruta cuando se obtiene. Y por lo tanto, si las personas pueden llegar a su casa y dormir tranquilas, están mucho más cerca de la felicidad de lo que hayan podido haber imaginado.



Para Simón Cohen, el éxito no necesariamente es la puerta a la felicidad, ya que, durante mucho tiempo, a pesar de haber alcanzado grandes logros como empresario en Henco, lejos de sentirse feliz, se sentía estresado y vacío.

Lo que hasta entonces parecía una historia de éxito, a mí me generaba una sensación de vacío y quería dejar de sentirme así. Pero, ¿qué me lo estaba causando?, ¿cuál era el detonador de esta angustia con pocos fundamentos aparentes?, ¿Por qué me sentía incompleto? Unos meses antes habíamos cerrado un excelente trato para comprar las acciones de nuestros socios alemanes, y ya la empresa estaba en manos de la familia. Las cifras mostraban crecimiento, a pesar de que la economía global registraba un mal momento en 2009. Estaba rodeado de un equipo espectacular que cuidaba de mí, de mi familia y de Henco. Todo aparentaba estar bien; sin embargo, poca gente se imaginaba lo que había detrás del empresario `exitoso´ que se sintió amenazado por la vida misma, y se propuso redefinir sus prioridades.

Yo siempre quise triunfar, tener una empresa, ganar dinero y también dar trabajo a mucha gente, sabía que familias enteras dependían de que lograra ese objetivo. El fracaso nunca estuvo en mi cabeza. Jamás pasó por mi mente la idea de que no me fuera bien, no porque me sintiera invencible o pensara que soy el mejor, al contrario, porque siempre fui temeroso y el miedo te lleva a ser humilde (Cohen, 2021, pp.72-73).

Por otra parte, Simón Cohen, de acuerdo a lo que relata en “PLENO”, uno de las claves de su `éxito se debe a la disciplina. Ya que, sin disciplina, así como nadie gana una competencia



deportiva, no se puede construir un negocio exitoso, ni tampoco cuidar del cuerpo, la mente, el espíritu y la familia.

Para él la disciplina que representa un factor fundamental en su vida, antes y después del suceso en Hong Kong, la cultivo gracias a su carrera deportiva como nadador de alto rendimiento, durante un importante tramo de su vida, antes de terminar sus estudios universitarios y comenzar su vida como empresario.

[...] yo tenía la meta de ir a las olimpiadas y fallé. Si nos vamos a la práctica, sé que fui un hombre exitoso, te explico las razones: siendo un atleta de alto rendimiento la disciplina se convirtió en una parte de mí, hice los mejores amigos, viajé por el mundo, estudié becado...y la lista sigue larga. (Cohen, 2021, p.76).

Por otra parte, el poder de la visualización, también es algo que Simón Cohen, considera fundamental para lograr las cosas que uno desee y se proponga alcanzar. Fue algo que aprendió gracias a su carrera deportiva y que aún practica hasta la fecha.

En mis épocas de juventud aprendí que el mejor preámbulo para lograr algo es verlo en tu mente antes de que suceda. Lo hacía desde chico, sólo que mal aplicado porque siempre veía futuros catastróficos, hasta que aprendí a hacer el pequeño ritual [...] que consistía en meternos en un estado de profunda meditación para `vernos´ nadando nuestra prueba en el mejor tiempo posible. Cada brazada, cada vuelta, cada respiración; literalmente sentía cómo se elevaba mi ritmo cardiaco y mi cuerpo producía ácido láctico.



[...]Siempre fui una persona mentalmente fuerte, cuando nadaba bien en mi prueba mental, nadaba igual en la realidad. La técnica funcionaba increíble, así que decidí aplicar la misma filosofía en mi matrimonio, y más tarde en mi negocio [...] La primera parte de mis planeaciones está primero en mi mente. Primero visualizo y después ejecuto (Cohen, 2021, p.82).

### **Sobre sus orígenes y su familia.**

Simón Cohen, se define asimismo como una persona que tuvo una infancia feliz, a pesar de haber tenido asma y reconocer en él puntos débiles en su personalidad. Recuerda no saber de niño, cómo dominar el miedo y la ansiedad. Sin embargo, dice haber aprendido a vivir con ellos y a controlar sus pensamientos.

Fui tranquilo y me gustaba hacer amigos; nada problemático, ni de niño ni de adolescente. Supongo que el combo `miedo + ansiedad´ hacían que ni siquiera considerara romper reglas. De hecho, nunca me he peleado con nadie, ni un golpe, ni siquiera en la primaria; desde chiquito siempre fui muy conciliador (Cohen, 2021, p.90).

Sostiene sentirse muy afortunado de ser parte de la familia en la que nació ya que, si bien era ansioso y temeroso, la mezcla de empuje y motivación de mi madre, junto con las enseñanzas de su padre de no conformarme nunca, son el terreno firme sobre el que construyó su fuerza y resiliencia” (Cohen, 2021, p.94).



Mi padre fue el mayor de seis hermanos. Mi abuelo era artista y fue mi papá quien tuvo que sostener a la familia desde que tenía 16 años. Sólo estudió primaria, tuvo que dejar la escuela para buscar formas de hacer dinero y llevar comida a la mesa. Siempre aguerrido, siempre muy trabajador. En algún tiempo durante los años 60 y 70, recorrió el país vendiendo diferentes cosas. Conoció muchos lugares y está lleno de anécdotas que disfruta contar. Amante de la comida, sus mejores recuerdos siempre están relacionados con platillos de cada lugar que visitó (Cohen, 2021, p.94).

De su mamá, cuenta que:

[...] ha tenido que abrirse brecha a lo largo de su vida. Al ser la novena de 12 hermanos, para ser escuchada tenía que llamar la atención y expresar su sentir. Lo mismo nos inculcó a nosotros. Además de ser una mamá sumamente presente, se encargó de nutrir nuestra fuerza interior. En mi caso, tan enfermizo de pequeño, tan temeroso de muchas cosas, me decía: “Tú puedes, no te dejes intimidar” y “demuestra tu educación, no eres menos que nadie”. Es una excelente motivadora y, hasta el día de hoy, nos insiste que seamos disciplinados y que vayamos por el camino correcto (2021, p.102).

Por otra parte, en el vínculo con sus hermanos, sostiene haber pasado por una transformación paulatina, que hoy en día le hace apreciar las pruebas que han superado en equipo.



Mientras que, de sus hijas y su posición como padre, cuenta que cuando ellas eran pequeñas, él pensaba que ser papá era sinónimo de ser proveedor, sin embargo:

[...] después de lo de China y, sobre todo, después del viaje a la playa, entendí que teníamos la responsabilidad enorme de formar a tres seres humanos, y que para lograrlo las tres necesitaban de todo el tiempo y el amor que pudiéramos darles. Cuando fundé Henco, yo era del tipo de padres ocupados que pensaba que las pocas horas que le daba a mis hijas era `tiempo de calidad`. El tiempo es tiempo y no podemos sustituirlo con horas de 15 minutos por más que lo intentemos. Luego buscamos regalarles un juguete para que nuestra conciencia esté tranquila. Dejemos de comprarle a los hijos lo que nunca tuvimos y comencemos a enseñarles todo lo que aprendimos. Lo esencial es invisible (Cohen, 2021, 107).

Por otra parte, Simón Cohen, se define asimismo como un soñador, apasionado de la vida, una persona que entendió que su propósito de vida es contagiar felicidad. Disfruta cada momento, le gusta estar con sus amigos ya que se considera una persona muy social, y le encanta aprender: “Soy un ávido aprendiz” (2021, p112).

Además, me fascina trabajar, amo lo que hago y le pongo mucha pasión. Mucha gente cree: ¡Claro!, eres la persona más feliz del mundo porque tu empresa es exitosa, y mi respuesta es: ¡No señor!, es al revés: nuestra empresa es exitosa no porque nosotros decidimos ser felices y trabajar diariamente en eso”. El éxito es una consecuencia de ser feliz (Cohen, 2021, p.112).



Al respecto, Simón Cohen, afirma que llegar a ser feliz implica un cambio total de hábitos y que, como el éxito, no se consigue de la noche a la mañana. Para que haya una transformación es necesario que no sea en un sólo aspecto de la vida, se tienen que cambiar hábitos radical e integralmente.

Al imponer cierta disciplina interna experimentamos una transformación de nuestra actitud, perspectiva y enfoque de vida. En términos generales, uno empieza por identificar los factores que conducen a la felicidad y los que llevan al sufrimiento. Una vez, hecho eso, es necesario eliminar gradualmente los que llevan al sufrimiento mediante el cultivo de los que llevan a la felicidad (Cohen, 2021, p.113).

Por otra parte, en cuanto al manejo del tiempo Simón Cohen, recomienda realizar un correcto empleo de la energía.

Todos los días amanecemos con una cantidad limitada de energía, es la vida y no podemos evitarlo. La forma en que utilizamos la energía, es la vida depende de nosotros mismos; tú decides si la utilizas para construir una vida plena y contagiar a los demás, o la usas para pelear, discutir, ofender y destruir (Cohen, 2021, p.137).



## HIGH PERFORMANCE, HAPPY PEOPLE.

Como resultado de sus experiencias como empresario y lo vivido en el ámbito personal, a partir del suceso en Hong Kong, Simón Cohen junto con su equipo de trabajo, diseñó un modelo de gestión del trabajo llamado “*High Performance, Happy People*”. Dicho modelo tuvo como objetivo implementar en su empresa, una cultura “de bienestar, plenitud y felicidad, que al mismo tiempo estimule la productividad y un mayor rendimiento” (2021, p.140).

Igual que en los entrenamientos de natación en los que me pedían que proyectara mis metas a futuro, visualicé a dónde quería llevar la compañía. Desde el principio, supe que las relaciones personales y el trato positivo a los compañeros debían ser parte fundamental de la ventaja competitiva de Henco. Tener colaboradores felices es tener clientes satisfechos y, por consecuencia, resultados positivos (Cohen, 2021, p.145).

De manera que “*High Performance, Happy People*”, es un círculo virtuoso que se basa en tres pilares: *Wellness*, dormir bien, comer sano y hacer ejercicio; *Mindfulness*, meditación, conexión espiritual y agradecimiento; y finalmente, *Happiness*, disfrutar la vida, la familia, los amigos, dar e inspirar.

Con esto, y trabajando cada día sobre la base del respeto y la confianza, estás dando el primer paso para la felicidad y el éxito. Como consecuencia de tener estos



tres pilares en balance serás una persona de alto rendimiento (Cohen, 2021, p. 146).

En este sentido, Simón Cohen sostiene que, una cultura positiva facilita el reclutamiento de talento, la retención del personal, así como un incremento en el compromiso y la productividad de los que trabajan contigo: “Si estás estable en tu vida personal, puedes estar estable en tu vida personal” (2021, p.147).

Para Simón Cohen, dicho círculo virtuoso funciona en la medida en que constituye un ecosistema de cuidado entre personas en el que, si el trabajo de cada persona lo hace feliz porque está bien remunerado, tiene tiempo de calidad, espacios agradables donde se preocupen por que estén bien en todos los aspectos de la vida (*Wellness, Mindfulness y Happiness*), los trabajadores no querrán perder su trabajo y van a querer cuidarlo cada vez mejor. Se trata de impulsar a la gente, para que pueda encontrar un equilibrio entre su vida personal y el trabajo.

Los inspiramos a pensar de esta manera porque si están bien en sus vidas, van a estar bien en Henco. Si están en el trabajo, pero traen la mente ocupada en un problema personal, no serán productivos. Nuestra filosofía incluye darles tiempo y apoyo para resolver sus situaciones personales, y luego volver a la oficina y ser eficientes (Cohen, 2021, p.149).

Para Simón Cohen, de acuerdo a lo que el modelo “*High Performance, Happy People*”, establece, el bienestar físico, es decir *Wellness*, es la base del alto rendimiento. De lo cual, la alimentación es el primer aspecto a cuidar por lo que Simón Cohen sostiene que en



Henco, se encargan de guiar a su gente e invitarlos a que tengan buenos hábitos alimenticios, sin que tenga que ser una obligación, les facilitan información que les permita comprender la importancia de contar con una sana alimentación.

Por otra parte, dentro de este mismo pilar de *“High Performance, Happy People”*, *Wellness*, la parte del cuidado del sueño, resulta fundamental, ya que es al dormir que se lleva a cabo la regeneración de las células del cuerpo, y *“Tenemos que aprender a descansar para tener energía y dar lo mejor de nosotros mismos”* (Cohen, 2021, p.150).

En lo que a *Mindfulness* se refiere, es decir, estar bien mentalmente, permite que la gente tenga claridad.

La conexión espiritual, sea cual sea tu creencia o religión, te lleva a un estado de paz mental que te ayuda a tomar mejores decisiones y eliminar el estrés. Sugerimos la meditación como herramienta para conseguir esta conexión y proporcionamos el espacio para hacerlo, o simplemente para estar en silencio (Cohen, 2021, p.151).

*Happiness*, que es el tercer pilar del modelo *“High Performance, Happy People”*, fundamentalmente tiene que ver con un tema de percepción y concepción de la vida, a través de tiempos y espacios para reír, estar con los amigos y poder disfrutar.

High Performance, Happy People se trata de la suma de pequeñas acciones cotidianas. Desde que alguien nuevo llega a la compañía, tratamos de que haya detalles que te hagan sentir bienvenido, en casa. Todos nos saludamos, todos nos



despedimos. Es muy sencillo. Nos reímos y compartimos experiencias poco comunes de nuestra vida laboral y personal. Un chocolate, un café, una nota de agradecimiento. Dar en una forma de vida en Henco (Cohen, 2021, p.153).

Para Simón Cohen, la felicidad tiene mucho que ver con el propósito y por ello afirma que, en Henco intentan entender el porqué de lo que hacen, que los productos que mueven tengan sentido, un motivo y una razón de ser, ya que todo ello cambia la perspectiva de las cosas y da significado al trabajo cotidiano. Es decir que para Simón Cohen y todos sus colaboradores en Henco, no sólo se trata de transportar “cajas, *pallets* y contenedores” sino traer “ilusión, esperanza y alegría” a la vida de cada persona (Cohen, 2021, p. 163).

Somos parte de tú historia. Casi todo lo que está dentro también lo hemos llevado en Henco: libros, medicamentos, ropa, autos, aviones, hasta trenes; prácticamente movemos de todo. Pero, insisto, no lo vemos como toneladas de carga o kilos aéreos, siempre le encontramos un sentido a lo que hacemos (Cohen, 2021, p.163).

### **Cuidar de todos: la base de “*High Performance, Happy People*”.**

High Performance, Happy People es nuestro mantra, la consecuencia de que la empresa se preocupe por su equipo es que ellos se van a preocupar por la empresa, por lo que hemos creado juntos; porque cuando le das seguridad a la gente, lo que viene es ganancia (Cohen, 2021, p.166).



Por ello, Simón Cohen comparte, que cuando comenzó la pandemia por covid-19, decidieron cuidar el empleo de la gente de la empresa:

Tuvimos una reunión virtual con el equipo y nos comprometimos a que nadie perdería su puesto porque, así como ellos se han entregado en cuerpo y alma a la empresa, una vez más Henco los iba a cuidar, a defenderlos a `capa y espada` para que sus salarios no se vieran afectados. ¿El resultado? Indicadores de productividad más altos (Cohen, 2021, p.166).

Ante la pregunta de por qué Simón Cohen, con el éxito y gran reconocimiento que como empresario ha alcanzado, decidió compartir escribir su historia y compartirla, afirma que se debe a que quiere dejar un legado de bondad y de humanismo. Y que, así como alguien lo inspiró, él quiere ser una inspiración para los demás.

Con frecuencia analizo las mejores prácticas de los demás, aprendo de ellos e intento adaptarlo a la cultura de Henco. De ahí me inspiro e invento cosas nuevas, y otra vez salgo a la calle por el siguiente aprendizaje, creando así un círculo virtuoso de conocimiento e implementación. Con esto, mi finalidad máxima es inspirar a los demás para que ellos hagan lo mismo, y así crecer esta espiral de conocimiento y contagiar felicidad y valores a la mayor cantidad de gente posible (Cohen, 2021, p.176).



## **Networking, la importancia de las relaciones y de estar rodeado de personas mejor que uno.**

Simón Cohen, en su libro “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito encontró la felicidad”, afirma que también una de las claves de su éxito es el hecho de siempre rodearse de personas mejor que él para aprender de ellas. Por ello, siempre que entra a un grupo nuevo analiza a cada persona y procura aprender algo nuevo de cada una de ellas. Pero cuenta que para conocer y entender realmente a una persona es necesario cruzar la línea de las apariencias, saber de dónde viene y cuáles son sus sueños.

Gracias a YPO, tengo el gusto de reunirme mes con mes con cinco empresarios exitosos a quienes en verdad admiro para discutir temas de nuestra vida profesional, personal y familiar. Cada junta aprendemos algo nuevo. Adicionalmente, todos los años en febrero nos vamos a un retiro de seis días en el que cada uno tenemos la obligación de presentar un análisis del año previo nuestras metas para el que inicia. No hay nada mejor que compartir tus sueños con gente que te inspira tanto y que te ayuda a medir lo que hiciste bien o mal los últimos 12 meses (Cohen, 2021, p.180).

Simón Cohen, también comenta, que fue a través de YPO que llegó a Harvard, uno de los lugares en el que se logró asentar su visión de que la única forma de trabajar es hacerlo en equipo. Cada año acude a Harvard, para pasar una semana ahí, estudiando, actualizándose y aprendiendo las tendencias más recientes dentro del mundo empresarial.



Esto me permite reunirme con gente que tiene tanta hambre de aprender como yo; personas con una visión tan amplia del mundo que me obliga a ir más allá de mis propios límites.

Aprendemos sobre negocios y buenas prácticas, sí, pero también hay un intercambio cultural y emocional muy importante. Y ni hablar de la cantidad de relaciones colaborativas que esto permite. Cada vez admiro más el poder del *networking*. Para mí es un privilegio vivir esto de cerca y lo agradezco profundamente.

La relación con los maestros además es muy enriquecedora porque hablamos de personas que han publicado diversos libros, que son referentes mundiales en muchos temas y con las que tengo el privilegio de convivir cada año para aprender de ellos como profesionales y como personas. Es tal la cercanía que se logra, que después tengo la confianza de contactarlos para pedirles consejos o sólo para preguntarles cómo va su vida (Cohen, 2021, p.180).

### **La presentación de PLENO en el Club de Industriales de Querétaro.**

Durante la presentación de su libro en el Club de Industriales en Querétaro, Simón Cohen, bajo la modalidad de una entrevista, conversó con Tico Perezgrovas (Psicólogo, escritor, Speaker, emprendedor serial, Consultor de empresa, Recursos Humanos y Cultura), después de haber sido presentados, por Bernardo Rodríguez, presidente de la Comisión de Educación del Club de Industriales de Querétaro, quien fue el encargado de dar inicio al evento.



Tico Perezgrovas, comenzó la entrevista, preguntando por el significado que tenía para él su libro y cómo fue el proceso para escribirlo. Simón Cohen, comenzó su respuesta, a proponiendo trazar una línea del tiempo, en la que se definió como empresario, afirmando que él era empresario y que había nacido y crecido en una familia llena de gente que le gustaba trabajar; y comenzó a relatar el suceso del 8 de octubre de 2019 en el que, debido a que su papá se puso mal de salud, se enteraron que tenía cáncer.

Simón Cohen, relató de manera muy amena y con mucha facilidad, los acontecimientos que vienen narrados en su libro “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito encontró la felicidad”, con respuestas extensas y que, sin resultar pesadas, llevaron a una conversación de aproximadamente una hora. Después Tico Perezgrovas, propuso una sesión de preguntas y respuestas con los asistentes a la presentación.

La primera pregunta, fue de una persona que comenzó aclarando que él se encontraba ahí como por equivocación, que no era empresario ni de Querétaro, pero que se había quedado muy sorprendido de la actitud de Simón Cohen y que le daba mucho gusto estar en evento. Y la pregunta que le hizo, fue en torno a la actitud arrogante de muchos empresarios en México.

La segunda pregunta fue realizada por un estudiante del Tecnológico de Monterrey quien, habiendo ya leído el libro de Simón Cohen, realizó una pregunta sobre el tema de la confianza. La confianza en sí mismo, y le pidió un consejo para los jóvenes. Debido a que a veces siente que sabe y después que le falta confianza.



De dicha respuesta Simón Cohen, afirmó que la confianza es algo que se gana con el tiempo. Que lo que puede estar en uno es el deseo y la dedicación para siempre aprender cosas nuevas. Que siempre podemos aprender cosas nuevas.

También recomendó hacer de las críticas de otras personas el motor para superarse, demostrándoles que uno es capaz de hacer. Recordó, como lo comparte en el libro, que él fue un niño buleado, miedoso, ansioso y con muchas alergias. Hasta que decidió reírse de sí mismo: “Tú trabaja en ti mismo, estudia muchísimo, prepárate en lo que tú quieras, estudia y apúntale siempre a lo más alto; y como decía Churchill, si le apuntas a la luna o a las estrellas, vas a llegar también muy alto”.

Así, se fue desarrollando, de manera muy amena, la sesión de preguntas y respuestas. Y después de otras preguntas María, una de sus clientes en Henco que había acudido a la presentación, pidió la palabra para hacerle una pregunta a Simón Cohen, que preguntó sobre los diez años en los que se dedicó *full time*, a hacer crecer Henco. ¿Cómo hizo para que en tan poco tiempo pudo lograr tantas cosas tan increíbles? Respecto a dicha pregunta, después de agradecerle a María por ser su cliente, dijo que lo que había logrado no era por él, sino por el hecho de estar rodeado de gente maravillosa que le ha ayudado a crecer y llegar hasta donde han llegado.

También pidió la palabra Mauricio, quien comentó estar en la presentación por recomendación de su hermana que trabaja en Henco, en la Ciudad de México. Al momento Simón Cohen, lo interrumpió y le preguntó por ella. Mauricio dijo que era Alejandra González e hizo una pregunta respecto al propósito y la plenitud. Si había que llegar a la



plenitud para conocer nuestro propósito o si había que conocer el propósito para llegar a la plenitud.

Finalmente, después de aproximadamente cuarenta minutos, la sesión de preguntas y respuestas terminó. Simón Cohen, hizo una última reflexión y dijo:

“la mayor virtud de un ser humano, es ser humano. Eso es lo que aprendí y me tocó entender la vida como es: fácil, no complicarnos y trabajar mucho, porque así es la vida. Esto es como un juego de monopoli: estás jugando y ganas fichas y pierdes fichas, ganas fichas y pierdes fichas, pero al final alguien va a llegar a levantar el tablero y nos vamos a morir. En el inter, yo me la quiero pasar a toda madre y los invito a que también se la pasen muy bien en sus vidas y a que sigamos adelante. Me da mucho gusto estar con ustedes, les agradezco Hans, al grupo industrial y a todos a Bernardo. De verdad muchas gracias por todas sus preguntas, por prestarme su atención todo este tiempo. De verdad si queremos cambiar a México vamos a ponerle una sonrisa. Como digo, la sonrisa es un arma que desarma y así de fácil es. No nos cuesta nada de trabajo. Y si podemos salir de esta reunión tratando de sonreír un poco por ciento más, ya ganamos; como dicen en el norte, mi tierra. ¡Así que muchas gracias!”

Bernardo subió nuevamente, para agradecerle a Simón Cohen el hecho de encontrarse esa tarde ahí, le entregó un obsequio a él y a Tico Perezgrovez e invitó a los asistentes al *cocktail*, que se ofrecería en la terraza.



Terminó la presentación y algunas personas se acercaron a conversar con Simón Cohen, a las amablemente atendió por varios minutos. Me acerqué con él, estuvimos platicando un rato, me dio sus datos y quedamos de vernos más adelante para poder platicar con más calma.

### Algunas reflexiones sobre PLENO

El libro de Simón Cohen “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito encontró la felicidad”, así como la experiencia de la presentación del libro en el Club de Industriales de Querétaro y el encuentro con su autor, sin lugar a duda constituye un importante testimonio, en relación al tema propuesto en la presente investigación sobre el *Management* y su incidencia subjetiva en los trabajadores administrativos de niveles directivos y gerenciales.

Simón Cohen, se adapta de manera muy precisa al perfil que inicialmente se estableció para la realización de la investigación, ya que además de ser propietario de una importante empresa de logística y transporte internacional, Simón Cohen es el CEO (*Chief Executive Officer*), de dicha empresa.

Su perfil profesional y trayectoria laboral, se acopla de forma precisa al objeto de interés de la investigación en relación al *Management* y los efectos subjetivos a los que da lugar. Conviene recordar que Simón Cohen:



Es egresado de ITESM como Licenciado en Comercio Internacional (1996). Junto su padre y su hermano fundó una empresa de logística y transporte internacional de carga en 1998.

En 2010, London Business School lo reconoció como un destacado empresario, realizando un caso de estudio sobre su habilidad estratégica en los negocios. Asimismo, la Universidad de Harvard escribió, Hizo un podcast y videodocumentó su historia en un caso de estudio en el que resalta la cultura organizacional de excelencia **High Performance Happy People** que implementó en Henco.

Simón es socio y consejero de diferentes empresas a nivel nacional e internacional. Sus logros constantes le han valido diversos reconocimientos en el mundo empresarial. Fue galardonado como **The Most Trusted CEO México** (2017), por su liderazgo al contribuir en el mundo corporativo con su ejemplo y modelo de negocios. Simon ha sido considerado como una de las personas más inspiradoras de México por **Those Who Inspire** (2018).

Henco ha sido reconocida por **Great Place to Work Institute** durante más de una década como la mejor empresa de logística para trabajar en México (Cohen,2021).

De manera que, como se puede apreciar, el perfil de Simón Cohen se adapta de manera precisa para llevar a cabo un estudio de caso particular, sobre el *Management* y sus efectos sobre la subjetividad.

El caso resulta excelente, en muchos sentidos. Ya que Simón Cohen, aborda el tema del trabajo y por tanto del *Management*, desde diferentes perspectivas: los males causados en la búsqueda de los mejores resultados financieros, “enfocado sólo en cumplir mis objetivos económicos, sin descanso, sin pausa y con tanta prisa” (cohen, 2021, p.56); la revaloración de los mismos, después de haber pasado por un problema importante de salud, “Tomar la decisión de ser feliz [...] Fue sin duda un momento de cambio, de ruptura con mucho de lo



que yo hacía en el pasado” (Cohen, 2021, p.56); así como la forma en el que vuelve a ser capturado por el mismo discurso, aunque sea de manera distinta, “resultado de esta disciplina y esta constancia es recibir la certificación como la mejor empresa de logística para trabajar en México, por parte de Great Place to Work, y mantener la distinción 10 años consecutivos”.

Finalmente, como resultado de todo ello, del caso también se desprende el diseño de un modelo de gestión del trabajo “*High Performance, Happy People*”, implementado en su compañía, como una cultura, que terminó por ser reconocida por Harvard Business School y motivo que Henco y su cultura se hiciera un caso de estudio, de tan importante escuela de negocios. Epicentro mundial, en la gestación de contenido académicos relativos a la cultura del *Management*: durante dos años tuvimos la fortuna de que la Universidad de Harvard trabajara en un caso de estudios sobre Henco y nuestra cultura High Performance, Happy People, Happy People (Cohen, 2021, p.97).

Es claro que Simón Cohen, no comparte su historia de vida como un caso de Management, ni su libro “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito, encontró la felicidad”, como un libro de *Management*. Sin embargo, tanto su historia de vida como el libro, claramente se pueden considerar casos de Management.

Su historia y el libro “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito, encontró la felicidad”, contienen elementos discursivos y culturales fundamentales del Management, tanto en sus aspectos académicos como en los de corte más emotivo, constitutivos de la cultura del *Management*.

En la historia que Simón Cohen cuenta en su libro, es posible apreciar, cómo las exigencias de rentabilidad y rendimiento, en muchas ocasiones llevan a los ejecutivos a puntos límite que pueden llegar a poner en riesgo no solamente la salud sino su incluso la vida misma. Además de afectar considerablemente sus relaciones personales, familiares y de amistad.



En este sentido, en “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito, encontró la felicidad”, Simón Cohen escribe:

Siempre he creído que el tiempo es una de nuestras pertenencias más valiosas, por eso cuando viajaba organizaba agendas saturadas de principio a fin. Ni un minuto de descanso. Todo lo que pueda aprovechar, cada minuto, cada segundo, cada contacto y el mayor número de reuniones. Sacarle todo el provecho a cada viaje de negocios, en algún otro momento volveré como turista.

Aterrizamos en Hong Kong un domingo y la primera cita era el lunes a las siete de la mañana. La combinación de adrenalina con el *jet lag* provocaron que pasara días enteros sin dormir.

Al terminar la jornada cenábamos con algunos de los directivos, nos atendían siempre de forma impecable. Haciendo honor a la tradición asiática de hacer sentir muy importantes a sus visitantes; al regresar al hotel trababa de dormir. Ninguno de los días pude hacerlo por más de dos horas, así que me iba a trabajar al baño. Sentado en el piso y con la laptop en las piernas para no despertar a Tammy contestaba correos, hablaba con mi equipo en México, organizaba, operaba y me ocupaba hasta el mínimo detalle. De día hablaba con los proveedores y agentes chinos, de noche con mi gente que estaba en México.

Como se ha venido planteando en el trabajo de investigación, se puede apreciar el ritmo de trabajo, permanente, constante, acelerado y sin freno ni límite alguno (en apariencia), constitutivo del discurso capitalista. En el que el sujeto provocado por el *objeto a*, como objeto de goce (objeto de la satisfacción) -en este caso representado por los objetivos de crecimiento financiero, las ventas y la obtención de un mejor rendimiento- termina



quedando reducido a un objeto de producción de bienes o de consumo, incluso, a costa de su salud o de su propia vida.

Estaba tan cansado como motivado, y eso no me permitió ver ni escuchar las señales que mi propio cuerpo me mandaba. El viernes amanecí con una sensación muy rara. Me dolía el pecho y sentía además un tipo de energía por toda mi columna; como si una descarga eléctrica me recorriera desde el coxis hasta la nuca [...] me dolían los ojos y los tenía muy irritados, además de varios síntomas de lo que bien podía ser el inicio de un resfriado. Con tantas cosas encima era difícil reconocer si se trataba de agotamiento o de algo más [...] bajamos a desayunar, pensando que un café caliente y un par de aspirinas me harían sentir mejor. Había que seguir la agenda. [...] y volver a ponernos en forma para seguir trabajando el lunes a primera hora (Cohen, 2021, p.42).

Se muestra y es palpable, cómo en el discurso capitalista, el sujeto a pesar de que en apariencia es el agente en dicha estructura, en realidad se torna en el objeto convertido en desecho del mismo.

Luego de varios días en el hospital, con el diagnóstico seguro de Wolff-Parkinson-White, y mucho, mucho estrés, decidimos irnos al hotel y pasar algunos días más ahí. Cancelamos las citas que quedaban. [...] Creo que seguía sin ‘caerme el veinte’ de lo que había pasado e insistía en mi prisa por cumplir, cumplir, cumplir (Cohen, 2021, p.44).



Como se sabe, de acuerdo a lo que Simón Cohen relata, todo ello lo llevó a contraer problemas de salud, no sólo físicos sino también mentales y emocionales, debido a los cuales tuvo que realizar diversos tratamientos.

Durante un año estuve en tratamiento con el fin de bajar la ansiedad y controlar mi ritmo cardiaco. Estaba fuera de mi control y eso me generaba más ansiedad. Quería descansar y eliminar el estrés, pero al tratar de desconectarme me sentía más ansioso.

[...] comencé a tratar mi enfermedad de raíz: terapias, psiquiatra, psicólogo, cardiólogo, y un número considerable de medicamentos (Simón Cohen, 2021, pp. 45-46).

Y fue así como Simón Cohen, se propuso cambiar su vida por completo y replantear sus objetivos y prioridades.

Fue sin duda un momento de cambio, de ruptura con mucho de lo que yo hacía en el pasado, enfocado solo en cumplir mis objetivos económicos, sin descanso, sin pausa y con tanta prisa (Cohen, 2021, p.56).

Fue entonces como, después de haber regresado de un importante viaje familiar a la Playa, Simón Cohen, se propuso atender distintos aspectos de su vida y posteriormente replicar el modelo con su personal en la empresa: bienestar, dormir bien, comer bien y hacer ejercicio; conexión espiritual, meditar, mente en paz y agradecimiento; felicidad, disfrutar de la vida, familia, amigos, dar e inspirar.



Y justo en este punto es posible percatarse, cómo los distintos puntos que Simón Cohen, considera necesario atender, son aquellos a los que distintos promotores de contenidos del *Management* y su cultura, recomiendan tomar en cuenta.

Sólo por considerar algunos ejemplos, dentro de los autores a los que se han sido abordados durante el trabajo de campo de la investigación; en primer lugar, están los programas de Oso Trava, WAR ROOM y el Reto Gana Tu Mañana; en los que Oso Trava recomienda dormir, hidratarse y alimentarse correctamente; además de meditar, agradecer y guiarse por un propósito. Además de los puntos señalados por Mario Alonso Puig en *WOBI On Resilience*, en donde para mejorar su capacidad de resiliencia, recomienda a los líderes de las organizaciones, que atiendan distintas áreas: la física, la mental e la espiritual.

De ello se deduce, que al menos en la actualidad, dentro de la cultura del *Management*, existe la tendencia casi consensuada, respecto a la importancia de que los líderes de las organizaciones se ocupen de destinar tiempo, energía y recursos en el cuidado de distintas áreas de su vida. Pero todo ello, con una misma finalidad, obtener mayores y mejores resultados, como consecuencia de máximo desempeño: “Una cultura positiva se traduce en mejoras en el reclutamiento de talento, en mayor retención del personal y en un incremento del compromiso y la productividad de los que trabajan contigo” (Cohen, 2021, p.147).

De manera que, como resultado de la experiencia obtenida por Simón Cohen, a lo largo de su vida como atleta de ‘alto rendimiento’ y empresario, después del suceso de Hong Kong, concibió, diseño e implementó el modelo gestión del trabajo, que dio en llamar: “*High Performance, Happy People*”.

En este sentido, una de las características del Discurso capitalista, cuya estructura comporta la cultura y los contenidos conceptuales y emotivos del *Management*, como ya se ha venido mencionando, es su gran flexibilidad y amplia capacidad para adaptarse a las distintas



circunstancias, sociales, políticas, económicas y temporales. Debido fundamentalmente, al hecho de que, a diferencias de otros discursos o lazos sociales, el discurso capitalista, no cuenta con la doble barra de la imposibilidad (que se escribe //). Introduciendo con ello, una permanente circularidad de los elementos e indiferenciación de los lugares.

De manera que en el caso de Simón Cohen se aprecia, cómo a pesar de haberse propuesto introducir cambios radicales en su vida, finalmente termina inmerso (aunque sea de otra manera) en la misma lógica, con la creación de su modelo organizacional y cultura laboral: destinada a la obtención de resultados, alcance de objetivos y mejora de la rentabilidad de la empresa. Haciendo uso y apoyándose en los elementos que la cultura e industria del *Management*, pone al servicio de los trabajadores administrativo, incluyendo a los ejecutivos o ‘líderes de las organizaciones’. Es decir que, de acuerdo a lo que Simón Cohen plantea, “Una cultura positiva se traduce en mejoras en el reclutamiento de talento, en mayor retención del personal y en un incremento del compromiso y la productividad de los que trabajan contigo” (Cohen, 2021, 147).

*This is a great place to work...no es un great place to flojear”, así les digo, literal. No debemos confundir una cultura de Felicidad con permiso para no trabajar porque ahí tendríamos un conflicto. Es por eso que High Performance, va antes que Happy People. El alto desempeño es algo que sí podemos enseñar, que tú seas feliz con lo que haces es consecuencia (Cohen, 2021, p.156).*

Incluso de lo que en conjunto Simón Cohen comparte, a lo largo de su historia y las experiencias que transmite, es posible deducir que, para él mismo, primero está el alto rendimiento y después la felicidad, aunque afirme haber hecho de la felicidad su propósito.



Como deportista, como empresario y dentro de distintos aspectos de su vida, se puede apreciar cómo el alto desempeño lo causa como persona, más allá de cualquier cosa.

Sin embargo, al parecer, en algún punto el alto rendimiento por sí sólo, no le resultó suficiente y encontró en la felicidad un complemento de gran alcance para el alto desempeño. Es decir, una felicidad al servicio del alto desempeño y no, necesariamente, un alto desempeño como consecuencia de la felicidad. Una muestra palpable de todo ello, en el caso de Simón Cohen, se aprecia en los importantes resultados obtenidos en Henco. Tanto en el crecimiento de la misma, como en los resultados financieros que hasta la fecha han sido alcanzados.

Hoy mi filosofía personal y de empresa es High Performance, Happy People (alto rendimiento, gente feliz), pues es más probable que encuentres la felicidad si tienes un alto rendimiento, que si eres un flojo que no quiere hacer nada. Si estás desempleado y no tienes dinero, ni casa o cobijo, si no posees nada, va a ser muy difícil que seas feliz. Si tienes estabilidad financiera y paz, va a ser más sencillo gozar de una vida plena. Es muy complicado encontrar la felicidad dentro de uno mismo, pero es imposible encontrarla en cualquier otro lugar.

Por lo tanto, una vez más a través del caso de Simón Cohen y del libro por medio del cual comparte su historia, se hace palpable cómo la subjetividad es puesta al servicio de la rentabilidad y la maximización de las ganancias. Cómo en la búsqueda de un objeto que aparentemente aportará la satisfacción, tal y como la estructura del discurso capitalista lo pone de relieve, el sujeto termina al servicio de dicha satisfacción. Muchas veces, consumido y reducido al desecho del funcionamiento de dicho discurso; que encuentra en la industria de *Management* (ya sea académica o del corte de superación personal) una de sus expresiones más extendidas, al tratarse de una cultura inmersa en el mundo del trabajo.



## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El trabajo de campo realizado para los fines de la presente investigación en torno al mundo del *Management*, su cultura, su estructura y la indecencia que puede tener sobre la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras que realizan su actividad laboral en el ámbito administrativo, se organizó en tres etapas y modos de aproximación diferentes. Dichas etapas, además de dar lugar a una experiencia de inmersión a la cultura del *Management*, permitieron extraer distintos datos de carácter cualitativo que, resultan de vital importancia en relación a los supuestos iniciales de los que parte el desarrollo de la presente investigación.

De esta manera el trabajo de campo (exploratorio y propiamente dicho), ante la necesidad de responder a las condiciones impuestas en el ámbito del trabajo por la pandemia del COVID-19, se organizó en una primera etapa, conformada por una observación participante; una segunda etapa, realizada a partir de un ejercicio autoetnográfico; y una tercera, que consistió en el análisis documental de la historia de vida de un actor, importante y exitoso empresario mexicano, cuyas características se adaptaban idealmente al objeto-sujeto de estudio propuesto para la investigación.

De la efectuación del trabajo de campo, a partir de las tres etapas mencionadas, surgieron tres casos de estudio, abordados en cada etapa por medio de las distintas estrategias metodológicas anteriormente mencionadas (observación participante, autoetnografía y, análisis documental e historia de vida).

El primer caso de estudio fue el de WOBI (World Business Ideas), empresa internacional de producción y distribución de contenido de gestión empresarial; cuyo abordaje en la presente investigación estuvo compuesto de la participación en distintos programas de formación dirigidos a los *Líderes de las Organizaciones*, como cursos, seminarios, talleres y



*World Forums* de negocios, que desde comienzos de la pandemia y aún en la actualidad han sido ofertados de manera virtual, presencial e híbrida.

Los contenidos de dichos eventos son desarrollados y expuestos por las personalidades más importantes y representativas del campo del *Management* a nivel mundial: tales como Michael Porter, Tom Peters (que en los eventos incluidos en la investigación no participó, pero sí en otros, que por el alto costo ya no fue posible incluir en el estudio), Daniel Goleman; entre muchos otros destacados autores y personalidades del mundo del *Management* y otras industrias como la del cine, con la participación de James Cameron y del deporte como Edurme Pasaban, en el *WORLD BUSINESS FORUM MÉXICO 2020: "Reamekers"*.

El segundo caso, se trata del de Oso Trava y los distintos productos y programas de formación para emprendedores, ejecutivos y empresarios, que oferta y lleva a cabo a través de sus redes sociales. En los que, en algunos de ellos, se pudo participar de manera activa, para ser estudiados en la presente investigación, como fueron: *WAR ROOM*, *RETO GANA TU MAÑANA* y su libro "HAZ LO QUE IMPORTA: El método para diseñar y vivir una vida de *CRACKS*", son algunos de ellos.

Finalmente, el tercer caso es el de Simón Cohen, destacado empresario mexicano, autor del libro autobiográfico "PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito, encontró la felicidad", dueño de una empresa trasnacional de transportación internacional de carga, vía aérea, marítima y terrestre llamada HENCO. Cuyo encuentro en la presentación de su libro en el Club de Industriales de Querétaro y la historia de vida que es posible extraer de su libro, permitieron tener un acercamiento al sujeto-objeto de estudio propuesto para la investigación, y así poder vislumbrar algunos de los elementos relativos a la incidencia de la cultura del *Management* en la subjetividad de este tipo de actores sociales y empresariales.



## ESTUDIO DE CASO UNO: WOBI

Como se ya se indicó, WOBI es una empresa internacional dedicada a la generación y comercialización de contenidos para ejecutivos de alto nivel (CEO's, directores, gerentes, empresarios y emprendedores), que suelen llamar <<líderes de las organizaciones>>. En su página de internet, es posible leer que la empresa se define así misma como “ un centro de contenido comercial global líder” (WOBI, 2022), que tiene como objetivo “producir y distribuir el mejor contenido multimedia de gestión para ayudar a las empresas y sus altos ejecutivos a mejorar la forma en que gestionan sus organizaciones” (WOBI, 2022), en la medida en que el conocimiento constituye la principal ventaja competitiva en el mundo empresarial.

A partir de la pandemia del Covid-19, WOBI ha ofertado sus productos y servicios, (seminarios, talleres y congresos) de forma digital. Siendo una de sus principales características, la colaboración de importantes personalidades del mundo del *Management*: académicos de las principales universidades y escuelas de negocios, empresarios, CEO's de importantes empresas internacionales, así como referentes del deporte, el arte y entretenimiento, cuyo conocimiento sea considerado de interés y valor para los líderes de las organizaciones.

Como se indicó en el apartado del trabajo de campo de la investigación, tanto en “*World Business Forum: Remarkers*” México 2020 como en “*World Business Forum: The Incredible Now*” 2021, además de contar con la presentación de referentes del mundo de los negocios tales como Seth Godín, Linda Gratton, Ram Charam, Nattan Furr, Don Peppers; se presentaron importantes personalidades del mundo del espectáculo, como James Cameron, uno de los más importantes cineastas de todos los tiempos; y destacados



deportistas como Edurmen Pasaban, la primera alpinista profesional mujer en escalar las catorce montañas más altas del mundo, entre otras personalidades; como Felipe Gómez, músico y emprendedor colombiano; e Ignacio Martínez Mendizábal, paleontólogo español y doctor en biología.

### **El Management y el espíritu del capitalismo.**

A partir de la presencia de personalidades referentes, procedentes de campos tan diversos, es posible constatar los planteamientos de Boltanski y Chiapello, respecto al nuevo espíritu del capitalismo, al afirmar que el discurso de la gestión empresarial busca establecerse como un campo formal, histórico, global y situado en el que mezclan preceptos generales y ejemplos paradigmáticos, constituyendo la forma por excelencia en la que el espíritu del capitalismo encuentra su materialización (Boltanski y Chiapello, 2002). Ya que, desde distintos ámbitos a través de diferentes referentes de campos heterogéneos entre sí, se transmiten a los líderes de las organizaciones, contenidos que muestran maneras ideales de pensar, actuar y enfrentar situaciones, buscando obtener una mayor rentabilidad y maximización de las ganancias dentro de las organizaciones.

Aquello que es definido como nuevo espíritu del capitalismo, encuentra su materialización a través de los distintos eventos, productos y servicios que WOBI oferta a un sector muy particular, constituido por las personas encargadas de dirigir las empresas, llamados líderes de las organizaciones.

En este sentido, cabe aclarar que al hablar de nuevo espíritu del capitalismo, se hace referencia a “la ideología que justifica el compromiso con el capitalismo” (Boltanski y Chiapello, 2002, p.41) que a partir de los años noventa, dio lugar a un nuevo conjunto ideológico, caracterizado por su gran capacidad de movilización; para que, con una mayor potencia, de la misma que la del espíritu del capitalismo clásico, el individuo termine por



consagrarse sin descanso y de manera consciente, a la tarea de emprender la racionalización de los negocios indisolublemente ligada a la búsqueda una mayor rentabilidad y maximización de las ganancias como el signo de éxito en nuestra civilización.

El espíritu del capitalismo es, precisamente, este conjunto de creencias asociadas al orden capitalista que contribuyen a justificar dicho orden y a mantener, legitimándolos, los modos de acción y las disposiciones que son coherentes con él. Estas justificaciones [...] posibilitan el cumplimiento de tareas más o menos penosas y, de forma más general, la adhesión a un estilo de vida favorable al orden capitalista (Boltanski y Chiapello, 2002, p.46).

Si bien, el capitalismo es en muchos aspectos un sistema absurdo, en la medida en que los asalariados pierden la propiedad sobre lo que resulta de su trabajo y la posibilidad de llevar su vida más allá de la subordinación, mientras que los capitalistas se encuentran encadenados a un proceso sin fin e insaciable, totalmente abstracto y disociados de las necesidades de consumo, aunque sean de lujo (Boltanski y Chiapello, 2002); se observa con claridad, la forma en que el nuevo espíritu del capitalismo es transmitida y difundida en los eventos organizados por WOBI, además de la manera en que los diferentes *Speakers* (sin importar el tema, campo de desarrollo ni la trayectoria particular de cada uno, ya sea en el mundo de los negocios, la academia o de cualquier otro campo), promueben incansablemente dicho espíritu, a través de una narrativa que lo legitima y lo presenta como la única alternativa de supervivencia, dentro del campo de los negocios y de la vida en general de las personas en la actualidad.

Esta promoción del nuevo espíritu del capitalismo, es posible constatarla tomando como ejemplo (incluso casi de manera aleatoria, dado que en todas las participaciones es posible constatarlo) las intervenciones de los *Speakers* en dichos eventos; como el caso de la conferencia de Edurme Pasaban que, al compartir su experiencia de la conquista de las



catorce cumbres más altas del mundo que, en las que su vida fue puesta en riesgo, sufriendo pérdidas importantes y lesiones irreversibles en su cuerpo, señala que:

Hay que mirar al futuro con ambición y pensar a lo grande. Ante las adversidades que se nos presentan en la vida podemos tomar dos roles: el rol de víctima o el rol de protagonista. Este último asume el reto y lo intenta superar. No significa no tener miedo. El miedo no tiene porqué ser mal compañero si se sabe gestionar bien, porque nos hace estar atentos a todo lo que pasa a nuestro alrededor. Cuando se toma el rol de protagonista y se supera el reto, uno gana en confianza y es capaz de enfrentar los siguientes de un modo diferente, más decidido y seguro (Pasaban, 2020).

Dicha perspectiva, también se encuentra presente en la conferencia de Ignacio Mendizábal, que al explicar la naturaleza del ser humano -reducida a una dimensión puramente biológica-, las razones de su evolución y partiendo de las bases consideradas científicas de sus investigaciones, explica que:

La tierra ha intentado, desde el principio de los tiempos, sobrevivir a un universo que está continuamente evolucionando. La vida descubrió que para poder sobrevivir a esta evolución hay que estar en constante cambio y saber adaptarse. La selección natural es la ley del egoísmo universal, la supervivencia de los más aptos. Esta funciona con base al presente, es reactiva, no tiene anticipación y produce adaptaciones y comportamientos muy rígidos y lentos (Mendizábal, 2020).

También en el seminario de Mario Alonso Piug es posible constatarlo, ya que al hablar de la Resiliencia como una de las grandes capacidades de los líderes de las organizaciones y los seres humanos destacados, afirma que:

Un mundo como el actual, incierto, volátil, complejo y ambiguo se ha producido una gran disrupción en nuestra, manera habitual de vivir. Ante esta disrupción, aquellos sistemas que no son lo suficientemente resilientes tenderán a desaparecer, mientras que aquellos que sí lo sean, se transformarán en sistemas con un mayor grado de sofisticación. Cuando una persona resiliente se enfrenta a un reto cambia radicalmente su nivel de sofisticación y cuenta con más opciones para seguir adelante. La resiliencia, para cultivarla, va a pedir por nuestra parte dedicación, cuidado y esmero (Piug, 2020).



En este sentido, Boltanski y Chiapello explican que la persistencia del capitalismo como ideología, práctica y modo de vida, no se puede comprender sin tener en cuenta las ideologías que, justificándolo y confiriéndole un sentido, contribuyen a generar la buena voluntad de aquellos sobre los que se levantan para asegurar su adhesión. En este sentido, es posible situar el *Management* como aquello que denominan *capitalismo de cátedra*, entendiéndolo como un capitalismo que repite desde arriba el dogma liberal.

[...] el discurso de la gestión empresarial, discurso que pretende ser a la vez formal e histórico, global y situado, que mezcla preceptos generales y ejemplos paradigmáticos, constituye hoy la forma por excelencia en la que el espíritu del capitalismo se materializa y se comparte.

Este tipo de discurso se dirige ante todo a los cuadros, cuya adhesión al capitalismo es particularmente indispensable para la buena marcha de las empresas y para la formación de beneficios (Boltanski y Chiapello, 2002, p.53).

### **El *Management* y su alcance global.**

Por otra parte, tanto la configuración de los contenidos de los distintos espacios formativos como la particular organización de los eventos de WOBI, a partir de las condiciones impuestas por la pandemia del Covid-19, en la que los “*World Business*” (*Remarkers e Incredible Now*), fueron transmitidos de manera simultánea en distintas partes del mundo de habla hispana e inglesa; o bien en el caso de los seminarios como *WOBI On Resilience*, *WOBI On Strategy*, *WOBI On emotional Intelligence*, que se transmitieron en más de cuarenta países y distintos continentes, siendo traducidos a distintas lenguas (ofertándose en países como España e Italia, además de países de Latinoamérica como México, Colombia, Perú, Argentina, entre otros); dejan ver la generalidad y falta de especificidad de los contenidos que se transmiten en estos espacios de formación y actualización para ejecutivos. Ya que, obviando las especificidades geográficas, culturales, políticas y



económicas de cada región, transmiten una sola concepción del mundo, que no puede ser otra que la del nuevo espíritu del capitalismo. Situada desde el inicio de la investigación, en su estructura a partir de lo que Lacan, en el campo del psicoanálisis, extrajo como el discurso del capitalismo.

Sin embargo, es importante destacar que si bien los contenidos del *Management*, en su transmisión, se pretenden universales; el establecimiento de los significados siempre implica la conformación de configuraciones de códigos cognitivos, estéticos morales y emocionales particulares a determinados contextos (Enrique de la Garza Toledo señala 2016). E incluso, a nivel de la subjetividad, singulares en cada trabajador o trabajadora dentro del ámbito empresarial. Sin embargo, se constata cómo el *Management*, conceptualizado como una estructura social ordenadora y transmisora de una cultura específica, se presenta y promueve de manera general, sin tomar en consideración aquellas especificidades que puedan tener lugar en cada uno de los ámbitos del trabajo.

Es decir que, a diferencia de otros discursos como modos de abordar y conceptualizar la realidad, intentando dar cuenta de las especificidades territoriales, como los Estudios sobre el Trabajo que atienden a las especificidades contextuales, territoriales y culturales; o bien el psicoanálisis, cuyo discurso se propone alcanzar la singularidad de cada caso; el *Management*, obvia toda especificidad y se propone establecer una cultura global con una fuerte tendencia homogenizante; no sólo en lo que a lo territorial se refiere (continentes, países, ciudades, organizaciones) sino también de los distintos campos, a pesar de la heterogeneidad existente entre cada uno de ellos, como son la cultura, el arte, el deporte y lo sociedad, entre otros.



Según Harvey, para que cualquier forma de pensamiento se convierta en dominante, tiene que presentarse un aparato conceptual que sea sugerente para nuestras intuiciones, nuestros instintos, nuestros valores y nuestros deseos, así como también para las posibilidades inherentes al mundo social que habitamos. Si esto se logra -como se puede constatar con los principios e ideas planteadas y transmitidas desde el campo del *Management*-, determinado aparato conceptual se injerta de tal modo en el sentido común, que pasa a ser asumido como algo dado y no cuestionable (Harvey, 2005).

Al pensar el *Management* como ideología o discurso cultural, es posible notar el esfuerzo que desde su campo se realiza para promover y establecer el nuevo espíritu del capitalismo como la única forma posible para el funcionamiento social (en sus distintas dimensiones), con la intención de poner todo lo que desde ahí se pueda generar al servicio de la rentabilidad y la maximización de las ganancias, inherentes a la lógica del capitalismo.

El esfuerzo, por establecer el espíritu del capitalismo, como la única forma de funcionamiento social posible, se constata con los desarrollos realizados por Michael Porter alrededor del concepto de *Valor Compartido*. Que resulta sumamente pertinente, ya que de acuerdo a sus planteamientos los “gobiernos y las ONGs suelen carecer por sí mismos de recursos y capacidades suficientes para hacer frente plenamente” (Porter, 2020) a los importantes cambios a los que las sociedades de todo el mundo se enfrentan hoy en día. Por lo que, según su concepción, las empresas constituyen “la única institución capaz de satisfacer eficientemente las necesidades de los consumidores a gran escala” (Porter, 2020). Con lo que lo social, visto desde esta perspectiva, termina por circunscribirse únicamente al campo de lo económico, quedando reducido a una perspectiva pensada únicamente en términos de consumo. Razón por la cual Ram Charan, afirma que cuando se trata de pensar en estrategia y querer construir un nuevo destino en cualquier ámbito social



del que se trate (empresa, trabajo, sociedad, vida, etc.) es necesario “comenzar por el consumidor final y ver cómo se le puede servir individualmente” (Charan, 2020).

Aunque su principal preocupación sea la acumulación de capital, los capitalistas también están obligados a satisfacer a los consumidores para lograr sus objetivos [...] la empresa privada competitiva es juzgada siempre como más eficaz y eficiente que la organización no lucrativa [...] la privatización y la mercantilización máxima de todos los servicios son, de este modo, vistas socialmente como las mejores soluciones, ya que reducen el despilfarro de recursos y obligan a anticiparse a lo que esperan los clientes (Boltanski y Chiapello, 202, p.51).

En este sentido, en *WOB! On Strategy*, Porter señaló que en la medida en que los problemas de la sociedad siguen creciendo y se considera que las empresas contribuyen a dichos problemas, la legitimidad de los negocios corre el riesgo de caer en picada, por lo que:

Ahora el rol de las empresas no es la de maximizar su propio beneficio. Su papel consiste en hacerlo, pero de manera que sea beneficioso también para la sociedad, favoreciendo a sus comunidades. Esto se considera Valor Compartido (Abordar las necesidades y desafíos de la sociedad a través de la propia empresa, con un modelo de negocio) (Porter, 2020).

Se puede observar la forma en que -ante el debilitamiento del Estado como *Estado nacional-social*, capaz de garantizar un conjunto coherente de protecciones en el marco geográfico y simbólico de la nación, y ante su incapacidad para responder a la problemática de la competencia internacional-, se busca que el liderazgo de la sociedad en general pase a ser tomado por la empresa, cuyo objetivo no es otro que el de optimizar su capacidad productiva y por lo tanto la maximización de las ganancias (Castel, 2004). De manera que, a partir de la mutación que tuvo el capitalismo, a principios de la década de 1970, se puede observar en el ámbito laboral “la imposición de una *movilidad generalizada* de las relaciones laborales, de las carreras profesionales y de las protecciones asociadas al estatuto del empleo. Dinámica profunda que al ser, “simultáneamente, de descolectivización, de reivindicación y de aumento de la inseguridad” (Castel, 2004, p.58); el *Management* resulta



ser un importante agente dentro del mundo del trabajo, con un alcance significativo que trasciende dicho ámbito, impactando a la sociedad en general.

Así, las actuales condiciones laborales han contribuido a lo que Ulrich Beck, ha establecido como una *descentralización del trabajo* (Castel, 2004), caracterizada por una profunda individualización de las tareas, una marcada movilidad y la exigencia de flexibilidad, en el que las responsabilidades son intercambiables, por medio de pequeñas unidades:

[...]el colectivo de trabajo puede ser completamente disuelto y la empresa puede eximirse de reunir a los trabajadores en un mismo espacio, como sucede en la organización del trabajo en redes en las cuales los operadores se conectan durante el tiempo de la realización de un proyecto, se desconectan después, y hasta pueden volver a conectarse de otro modo en el marco de un nuevo proyecto (Castel, 2004, p.59).

Por ello, es necesario tener presente, que si bien la cultura del *Management*, como cualquier otro campo orientado a la legitimación del nuevo espíritu del capitalismo, tiende a dejar de lado y a desconocer las especificidades territoriales, sociales, culturales y de desarrollo; la geografía “que el capital construye no es un mero producto pasivo” (Harvey, p.149) ya que evoluciona de acuerdo a determinadas reglas que afectan a la acumulación de capital tanto en el espacio como en el tiempo.

Queda claro entonces, que una de las características de mayor relevancia constitutivas del *Management*, tiene que ver con la globalidad de sus principios e ideas, pertenecientes al nuevo espíritu del capitalismo, que desde ahí se promueven; así como el gran alcance en términos territoriales con el que cuenta. Con ello, se aprecia la manera en que ejecutivos de distintos países consumen los mismos contenidos, generados en este campo, sin tener en cuenta ningún tipo de especificidad *temporal*. Ya sea que se trate de tiempos de pandemia, pre pandemia o pos pandemia por señalar un ejemplo, los principios inherentes a la cultura del *Management* encuentran su lugar y su pertinencia, a pesar de que siempre



se trate de los mismos contenidos, acomodados y ajustados a los acontecimientos del momento en el que dichos contenidos son transmitidos a los líderes de las organizaciones. Así mismo las especificidades *espaciales*, que tampoco son tomadas en consideración; ya sea presencial o virtualmente, el mismo evento se oferta de manera simultánea e indistinta, aunque la interacción en lo presencial o lo virtual, sean completamente diferentes.

La homogenización parcial de los sistemas de valores y de estilos de comportamiento a través de la ideología del *management*, permite comprender uno de los aspectos más representativos de las compañías transnacionales a la hora de establecerse en países con estructuras sociales y tradicionales culturales relativamente diferentes: construir un *management* suficientemente homogéneo para hacer posible la orquestación de políticas internas, de reglas de gestión del personal y, sin dudas, de *habitus* profesionales (Luci y Szlechter, 2014, p.23).

La *globalidad* y tendencia homogenizante de los contenidos del *Management*, al no limitarse únicamente al ámbito empresarial, de los negocios o del trabajo; permite que desde ahí, el nuevo espíritu del capitalismo, impregne y tenga un mayor alcance en los temas de la sociedad en general, su composición y la manera en que esta se administra. De forma que, si bien determinados asuntos políticos inicialmente deberían de concernir únicamente a la ciudadanía, terminan por ser trastocados y formulados a partir de la misma lógica que se promueve en el ámbito del *Management*, por las empresas y las organizaciones destinadas a la producción de capital.

Dichas lógicas y perspectivas, se pueden verificar tomando en consideración varias de las intervenciones de los *speakers*, que tuvieron lugar en los *World Business Forums*, como la charla de Weatherley en el *World Business Forum: The Incredible Now*, titulada “La evolución del capitalismo”, en la que explica que:

De entre todas las corrientes de pensamiento que han nutrido el capitalismo tradicional podemos destacar varias que han definido su propósito y evolución: La afirmación de Adam Smith de que “toda actividad del hombre está guiada por la



mano invisible del mercado”; que “la libertad de elegir es lo que nos aporta nuestro sentido de felicidad”, como dijo Jonh Stuart Mill; el pensamiento de Garret Hardin de que “la propiedad privada es la mejor forma de tener acceso a algo”; y, por último, que “la única responsabilidad social que tiene una compañía es la de incrementar sus beneficios”, de Milton Friedman. Detrás de todas estas afirmaciones hay una intersección del dinero, de los negocios y de la sociedad” (Weatherley-White, 2021).

Por lo tanto, se puede afirmar que el *Management*, en su estructura constituye un discurso global, de gran alcance e importante escala, que da lugar a una cultura que tiende a ser fuertemente homogenizante y completamente alineada al nuevo espíritu del capitalismo, que influye en la construcción de sentidos, del trabajo, del trabajador y del futuro, no como un simple cálculo racional ya que se nutre de valores, “creencias cognitivas, emociones, estética, formas de razonamiento cotidianas” (De la Garza, 2009, p.3), que inciden en los significados que las personas pueden construir dando lugar a formas específicas de actuar.

### **El *Management*: un discurso orientado al futuro y sin espacialidad específica.**

Otro de los elementos importantes, a destacar dentro de la estructura del *Management*, tiene que ver con el uso y la manera en que se concibe el tiempo y el espacio, así como la forma en que se transmiten dichas nociones a los líderes de las organizaciones que consumen los contenidos ofertados en el mundo empresarial desde el campo del *Management*.

En este sentido, David Harvey señala que el tiempo, de la misma manera que el espacio, constituyen dos dimensiones esenciales de la existencia humana (Harvey, 2012), que se crean a través de las prácticas y procesos materiales que sirven a la producción de la vida social. De manera que, más allá de lo meramente enunciativo, el tiempo y el espacio constituyen dos elementos que dan lugar a formas de ver, pensar y actuar en la vida diaria.



Si bien es cierto que, en general el *Management*, tiende a ponderar el futuro, como una temporalidad que guía y orienta las acciones de los líderes de las organizaciones -en tanto que una de sus principales características se refiere al hecho de ser grandes visionarios-, las condiciones particulares establecidas por la contingencia de la pandemia de Covid-19, permitieron notar con mayor claridad dicha orientación temporal, dada la disrupción que representó para el mundo en general. Una orientación temporal en la que el pasado no existe, el presente está sucediendo y el futuro se torna en el presente a partir del cual hay que vivir.

Las personas somos la única especie que puede vivir en el futuro. Estamos continuamente imaginándonos futuros posibles. Y no sólo eso. Además, somos capaces de agarrar ese futuro y hacer que ocurra. Tenemos la capacidad de que nuestros sueños se hagan realidad. Las personas planificamos y nos valemos de la tecnología para hacer realidad nuestros planes (Mendizabal, 2020).

Es posible apreciar no sólo en los contenidos ofertados por WOBI, sino en general en la literatura y los distintos programas relativos al *Management*, la ponderación temporal que se hace del futuro. Que además puede ser entendida, como una forma de anular el pasado, la historia e ignorar el presente y las problemáticas que le son inherentes.

Las ideologías de empresa, que reclaman los efectos y sentimientos, han sido laminadas, posibilitando mostrar sin tapujos el carácter desenfrenado de la lógica competencial que focaliza en adelante todas las energías sobre una exigencia de cambio y rentabilidad sin límites, ya sin compromiso de vinculación afectiva con la empresa o de la realización de una misión provista de sentido (Aubert y Gaulejac, 2017, p.19)

Como ejemplo de ello, se pueden considerar las propuestas realizadas por Kristi Hedges que en su artículo "*Cinco preguntas para ayudar a tus empleados a que encuentren su propósito interior*", señala en relación al <<propósito>> de los trabajadores de una organización, que los controles regulares -que se encuentran dentro de las cinco áreas del investigación que desarrolla-, constituyen una manera de ayudar a los empleados a explorar y expresar su



propósito interno, de manera que los líderes de las organizaciones, pueden preguntarle a sus empleados:

*¿Qué es lo que crea una sensación de impulso hacia adelante? ¿Qué estás aprendiendo para usar en el futuro? ¿Qué es lo que te imaginas para ti? ¿De qué forma tu trabajo de hoy te acerca más a lo que quieres para ti mismo? La meta aquí es mostrar cómo el trabajo de hoy ayuda al individuo a avanzar hacia metas futuras (Hedges, 2019, p.90).*

En este sentido, una manera frecuente de aludir a ello, es la conocida idea de pensar las situaciones complejas no como problemas sino como oportunidades. Es decir, en la conceptualización del tiempo que se viene planteando en la presente investigación: dejar el presente el pos de un futuro por venir, que aun no llega y en tanto que al llegar se vuelve presente, nunca es; ya que el futuro como posibilidad es algo que siempre permanece.

Se constata el funcionamiento temporal promovido dentro del mundo del *Management*, que Lacan señala a partir del discurso del capitalismo, como una maquinaria de producción de goce permanente, en la que si bien el sujeto parece ser el agente del discurso, en realidad será el objeto *plus de goce* (ganancia sustraída al trabajador, en los términos establecidos por Marx) quien propicie dicho funcionamiento. Reduciendo así, al sujeto a un objeto de desecho, como consecuencia de la producción incesante del discurso del capitalismo.

El todo junto, todo al mismo tiempo es propio del mundo contemporáneo que es aquel del derecho al goce sin límite, sin término, siempre al máximo, que se reivindica como un derecho a la satisfacción.

En este contexto, podemos preguntarnos si los tiempos hiperactivos no son, también, tiempos fuera del tiempo, un tiempo dispersado en múltiples sistemas de goce, que implican objetos, *gadgets* prometedores de un goce inmediato, multiplicado: finalmente un cuerpo acoplado a sistemas externos, virtuales, sistemas artificiales al servicio de un goce que termina por desbordar al sujeto (Ansermet, 2019, p.94).



Esta reducción del sujeto a un objeto de pura producción, que resulta de vital importancia para los fines de la presente investigación, se constata incluso a partir de los títulos de artículos de publicaciones en el campo del *Management*, como las de la revista *Harvard Business Review Press*, tales como: “Cómo dar sentido a un trabajo que no es tu vocación”, en el que el autor establece que si bien muchas personas se sienten ansiosas, frustradas y completamente insatisfechas con los trabajos y las carreras que consiguen, el trabajo puede tener un sentido a pesar de que no encaje con lo que cada persona considera que es su vocación. De forma que cualquier persona puede tener un sentido y propósito importante, en la medida en que la mayoría de las empresas crean productos y ofrecen servicios para satisfacer las necesidades del mundo (Smith, 2019).

O bien, el texto de John Coleman: “¿No encuentras tu propósito? Créalo tú mismo”, en el que indica que el propósito se deriva de centrarse en lo significativo y útil de cada trabajo, y realizarlo de tal manera que se vea reforzado y tome más protagonismo. Por lo que, para lograr un propósito profesional, debemos centrarnos en buscar un sentido a nuestro trabajo, en la medida en que el propósito es un valor que uno mismo crea (Coleman, 2019).

Se aprecia cómo <<oportunidad>> y <<propósito>>, representan dos conceptos recurrentes en las producciones y contenidos del mundo del *Management*, a partir de las cuales se intenta situar al sujeto dentro de una temporalidad futura. Que evita que el trabajador pueda interrogarse a partir de su presente y continúe inmerso en una carrera sin freno, cuyo único objetivo consiste en la maximización de las ganancias de las empresas y las organizaciones, en las que las personas realizan su actividad laboral. Permaneciendo así, en una actividad constante e indisoluble cuyo saldo, en lo que concierne al sujeto, lo remite a una producción de goce (satisfacción pulsional), que se traduce y exterioriza en la producción de tipos comunes de síntomas; que no es posible desprender del mundo simbólico en el que se producen; y superan al sujeto en la medida en que finalmente no son



sino sistemas de goce, en los que el sujeto termina alienado, haciéndose eco de la cultura en la que se encuentra inmerso (Ansermet, 2019).

Es el momento de tener valor y voluntad de llevar a las organizaciones hacia el futuro en estos momentos de incertidumbre. Pero lo cierto es que la incertidumbre no tiene por qué ser sinónimo de riesgo. Significa ser flexibles, al mismo tiempo que mantenemos nuestra visión en el futuro. Eso es lo que hace un futurista (Webb, 2019).

Dicha perspectiva también se puede apreciar, a partir de la conferencia de Amy Webb, en *World Business Forum 2020: Remarkers*, titulada “Perspectiva estratégica del futuro”, en la que plantea que en momentos de disrupción y profunda incertidumbre, como los acontecidos durante la contingencia provocada por la pandemia del Covid-19, existen dos posibilidades: quedarse en el camino o encontrar el camino. Aquellos que encuentran el camino son los que cuentan con un proceso de previsión estratégica, están abiertos a versiones alternativas del futuro, se enfrentan a la incertidumbre utilizando datos, miran intencionalmente a las zonas adyacentes de perturbación y están dispuestos a ser flexibles para recalibrar la estrategia.

De manera que, siguiendo la perspectiva planteada por Harvey, respecto a la condición de la posmodernidad, para los fines del presente trabajo, resulta fundamental tener presente la dimensión temporal, establecida en el campo del *Management*; en la medida en que la representación del tiempo resulta de vital importancia, debido a que debajo de la apariencia de las ideas de sentido común y presuntamente <<naturales>> sobre el tiempo, se ocultan campos de ambigüedad y lucha; y también dado que la representación del tiempo afecta a la forma en que se interpreta el mundo y se actúa en él (Harvey, 2012).

Por otra parte, y en lo que a la noción del tiempo se refiere, tomando en consideración que las concepciones objetivas de tiempo y espacio se crean necesariamente de prácticas y



procesos materiales que inciden en la reproducción de la vida social (Harvey, 2012); uno de los aspectos más llamativos de la cultura instaurada desde el discurso del *Management*, tiene que ver con la espacialidad en la que las prácticas concretas que desde ahí se promueven tienen lugar.

Aunque no es exclusivo de WOBI, la presencia de la particular espacialidad promovida y puesta en juego desde la cultura del Management, es posible observar su despliegue en los eventos realizados por esta organización. Ya que, como ya se ha venido señalando, resulta sumamente interesante la forma en que el manejo del tiempo y del espacio tiene lugar en los eventos digitales y presenciales organizados por dicha empresa.

Pensar en un evento que tiene lugar al mismo tiempo, en diferentes usos horarios, en más de cuarenta países, muestra cómo el espacio de trabajo y de las prácticas empresariales, no se circunscriben dentro de la organización ni dentro de un único lugar. La interacción entre personas, la transmisión de contenidos y la efectuación de un mismo evento que a la vez son varios eventos, es una muestra palpable de la transversalidad y co-existencia de la simultaneidad espacial, inherente a la cultura del *Management*.

El espacio (social) no es una cosa entre las cosas, un producto cualquiera entre otros productos: más bien envuelve a las cosas producidas y comprende sus relaciones en su coexistencia y simultaneidad: en su orden y/o desorden (relativos). En tanto que resultado de una secuencia y de un conjunto de operaciones, no puede reducirse a la condición de simple objeto [...] Efecto de acciones pasadas, el espacio social permite que tengan lugar determinadas acciones, sugiere y prohíbe otras (Lefebvre, 2012, p.129)

De manera que la particular espacialidad de la cultura del Management, aunque parece físicamente dispersa por el mundo, antropológicamente se circunscribe en una espacialidad económicamente homogénea y socialmente desconectada, que terminan constituyéndose en un *no lugar*, propio de nuestra civilización y de la era post-moderna.



[...] a pesar de estar constantemente transitando el planeta, los ejecutivos como él lo hacían dentro de un tipo de espacialidad particularmente uniforme y acotada: oficinas de grandes centros empresariales-autopistas-salas de espera de aeropuertos-aviones-hoteles de grandes cadenas internacionales-*shopping centers*-auditorios y centros de conferencias. Es decir, espacios de tránsito, <<espacios de flujo>> para el tránsito acelerado de personas y bienes, <<no lugares>> en términos antropológicos (López, 2014, p.199).

Estamos en el reino de la ramificación permanente, dispositivos desubjetivantes, teléfonos móviles y sistemas de comunicación virtual que reenvían sin cesar la atención hacia otra cosa, sin saber dónde, todo es lo mismo (Ansermet, 2019). El mismo seminario, taller o *World Forum*, se llevan a cabo de manera simultánea en más de cuarenta países, con más de 1,500 participantes de más de 500 compañías distintas, en cada sede, interactuando en espacios virtuales y físicos al mismo tiempo. No sólo en distintos países sino incluso en distintos continentes, ofertando los mismos contenidos con los mismos *Speakers* y referentes del mundo del *Management* y su cultura, intercambiados e intercalados, como si se tratara de estrellas del deporte o del mundo del espectáculo; en función de las necesidades de cada evento, en distintos eventos que a la vez son el mismo, desarrollados en diferentes lugares que a la vez son uno sólo.

Organizado por WOBI, cada año, en distintas ciudades del América, Europa y Oceanía, World Business Forum es un evento de dos días que reúne a miles de mentes inquietas que comparten la misma pasión por los negocios.

Quienes asisten lo hacen para aprender e inspirarse por algunas de las figuras más influyentes del mundo empresarial y otros ámbitos una fusión de contenidos compuesta por CEOs, emprendedores, innovadores, pensadores, artistas y deportistas.

En un mundo hiperconectado donde las nuevas tecnologías se multiplican a paso acelerado, World Business Forum se enfoca en los temas más relevantes para los líderes de hoy, estimulando el nuevo pensamiento e inspirando la acción (WOBI 2021).



En los términos propuestos por Lacan, el discurso del capitalismo constitutivo de la cultura del Management, junto con el de la ciencia que le es solidario, da lugar a una estructura que se caracteriza por el intento de anular el punto de imposibilidad, inherente a cualquier otro discurso, desde el que es posible diferenciar tanto los lugares como los espacios. De manera que, ante la ausencia de dicho punto de imposibilidad, nada opera la función límite necesaria en las relaciones establecidas al interior de cualquier tipo de discurso.

Diré que capitalismo plus ciencia se han combinado para hacer desaparecer la naturaleza, y lo que queda del desvanecimiento de la naturaleza es lo que llamamos lo real, es decir un resto por estructura desordenado. Se toca a lo real por todas partes según los avances del binario capitalismo-ciencia, de manera desordenada, azarosa, sin que se pueda recuperar una idea de armonía (Miller, 2012 p.433).

De esta manera, es posible reconocer las profundas transformaciones y sin precedentes que han tenido lugar a partir de los avances tecnológicos y los cambios que se han ido dado en el ámbito del trabajo, “a partir de la invasión de una concepción empresarial y de gestión cuyo objetivo fundamental es la rentabilidad en detrimento de cualquier otra consideración (Cocoz, 2021).

Por lo tanto, se constatar, por medio del uso espacial que se observa en las prácticas específicas sobre el espacio que tiene lugar en el campo del *Management*, la manera que los espacios de representación no sólo afectan la representación del espacio en si mismo, sino también de “actuar como una fuerza de producción material con respecto a las prácticas espaciales” (Harvey, 2012, p.245), incidiendo en la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras, puestos en relieve más adelante en el presente trabajo.

Se trata, como puede leerse en el folleto de presentación del *World Business Forum: The Incredible Now*, de hacer existir un espacio de hiperconexión, y evolucionar -ante la aceleración de la transformación digital- el espacio social, en el que se mueven los artífices



de la globalización como “una espacialidad antropológicamente circunscripta, a pesar constituida por espacios determinados por todo el mundo” (López, 2014, p.119). Es decir, una espacialidad dispersa en su localización física, pero económicamente y culturalmente homogénea; en la medida en que se transmiten y se ponen en juego los mismos valores, inherentes al nuevo espíritu del capitalismo, una y otra vez.

También es posible observar como esta hiperconexión, contribuye a acentuar y acelerar los procesos de movilidad destacados por Gaulejac, en lo geográfico, lo profesional, lo cultural, lo afectivo y lo ideológico, tan característicos de la sociedad contemporánea; contribuyendo a una desterritorialización del individuo y debilitamiento de sus raíces culturales, familiares y sociales. Donde el sentimiento de lo efímero, de lo elegido, de lo inmediato, se torna en puntos de referencia frágiles, que terminan por remplazar el orden establecido, la historia, la familia y la clase como los elementos estructuradores de las relaciones de cada individuo (Gaulejac, 2017).

La argumentación actual de que la gran heterogeneidad y la flexibilidad externa (trayectorias laborales sinuosas) se traduce en pérdida de identidad colectiva e imposibilidad de realizar movimientos sociales que partan del trabajo, debe profundizarse y sobre todo investigarse empíricamente. Sobre identidad y movimiento social no solo influye la homogeneidad en algún espacio de relaciones [...] pueden intervenir espacios de relaciones sociales diversos, no solo en el trabajo (De la Garza, 2009, p.6).



## ESTUDIO DE CASO DOS: OSO TRAVA.

A inicios de la Pandemia, en el mes de marzo del 2020, Oso Trava importante influencer mexicano en temas de negocios, emprendimiento y desarrollo empresarial, relacionados con el *Management*, realizó un *Webinar* ofertando un nuevo producto desarrollado por él, llamado *Cracks War Room*.

Se trata de un curso en línea, cuyo programa consiste -de acuerdo a lo que él mismo indica en la introducción de dicho curso-, en una serie de tácticas repetidas y recomendadas por las personas más destacadas en desarrollo empresarial, entrevistadas en su Potcast llamado *Cracks*; en el que suele entrevistar a importantes personalidades del mundo de los negocios, de las empresas, del deporte, del espectáculo y diferentes áreas, cuyos aportes resulten de interés para aquellas personas que buscan desarrollarse dentro del área de los negocios y el emprendimiento.

*Cracks War Room*, se consistió en un entrenamiento intensivo de una semana online, con la intención de enseñar a los emprendedores y dueños de negocios cómo liderar su empresa en tiempos de incertidumbre, orientar su mentalidad a la acción y obtener las herramientas necesarias para implementar el trabajo remoto y mitigar los efectos del aislamiento en los resultados de los equipos de trabajo (Trava, 2020).

En la carta de presentación de dicho curso Oso Trava, valida la eficiencia de los conocimientos transmitidos y desarrollados en el curso, a partir de su experiencia en el mundo de los negocios:

Tengo la fortuna de contar con grandes inversionistas, pertenecer a comunidades con los mejores emprendedores de la región y haber participado en 9 de las mejores aceleradoras del mundo. Todo este contacto me pone en una posición privilegiada para aprovechar la crisis de COVID-19 a mi favor, pero eso no es suficiente. Veo una gran necesidad de conocimiento práctico sobre cómo pensar sobre negocios pasando por momentos inciertos en el mercado y, mientras hay una



gran cantidad de información disponible, eso puede hacer que el camino a seguir parezca aún más confuso (Trava, 2020).

Meses más tarde, dentro de los múltiples cursos, programas y productos que Oso Trava, constantemente oferta a través de sus redes sociales, desarrolló un nuevo programa, llamado “Reto Gana tu Mañana”, cuyo objetivo consistió en constituir una solución ante los problemas generados por el *Home Office*; en el cual, como se comentó en el apartado correspondiente al trabajo de campo, se participó llevando a cabo una exploración autoetnográfica, con la intención de registrar la experiencia y poder obtener de una forma metodológicamente distinta información relativa a la cultura del *Management* y su incidencia en la subjetividad.

Mediante la utilización de técnicas inspiradas en las artes marciales, el hinduismo, la bioenergía, la psicología conductista o el entrenamiento de comandos militares, se ofrecen programas de formación que intentan mejorar la productividad de los trabajadores y lograr su identificación con los objetivos de la empresa (Gaulejac, 2012, p.89).

Con ello, a partir de los datos obtenidos a través de la participación en los dos programas *Cracks War Room* y el “Reto Gana tu Mañana”, así como de la posterior publicación del libro de Oso Trava “HAZ LO QUE IMPORTA: El método para diseñar y vivir una vida de CRACKS”, en cuyo diseño es posible situar algunas de las técnicas señaladas por Gaulejac en relación a los programas de formación para ejecutivos, fue posible construir un segundo caso de estudio para la presente investigación, que permite llevar a cabo un interesante análisis de la información que se logró obtener, respecto a las características inherentes a la cultura del *Management* y ciertas concepciones que dicha cultura promueve.

Esta nueva forma de gobernar el comportamiento humano se apoya en *el desarrollo de una cultura de empresa* a base de mitos, símbolos, una escala de valores común a todos y *la puesta en práctica de proyectos comunes* en la empresa,



aglutinantes de la energía de todos bajo la bandera de un desafío o de la aventura (Gaulejac, 2017, p.55).

En este sentido, cabe aclarar que la perspectiva, dentro de los estudios de caso contemplados para el desarrollo de la presente investigación, contempla también la epistemología y perspectiva planteada por el psicoanálisis de orientación lacaniana, en relación a la forma en que es conceptualizado el caso al interior de la *praxis* psicoanalítica. En la medida en que el psicoanálisis no es una ciencia exacta, en lo que a la construcción del caso y su abordaje se refiere, su finalidad no consiste en alcanzar una objetividad bajo los principios del positivismo, sino en dar lugar a un saber particular a partir del estudio de un caso específico, que permita dar cuenta de un problema particular al interior de la disciplina. Sin embargo, dicho carácter específico, no impide que a través de lo que la clínica psicoanalítica es susceptible de transmitir, sea posible que la especificidad de cada caso, desde su particularidad, se inscriba en determinadas clases o conjuntos, de manera que permita vislumbrar determinado funcionamiento, a través del establecimiento de determinadas clases y/o conjuntos que designe determinada particularidad (Laurent, 2009).

De manera que el caso Oso Trava, armando a partir de los elementos señalados, si bien cuenta con sus propias características y especificidades, que lo distinguen del caso WOBI y el caso Simón Cohen, no impide que de su correlación, sea posible despejar algunas coordenadas comunes que den cuenta de la cultura del *Management* y la estructura que lo compone, al concebirlo como un modo de lazo social particular o discurso en el sentido que tiene para el psicoanálisis.



## **El Management: una cultura de alto rendimiento.**

Si bien es cierto que a partir de la participación en el programa *Cracks War Room* y el “Reto Gana tu Mañana”, es posible extraer distintos elementos en relación a la cultura del *Management*, sin lugar a dudas uno de los más representativos, tiene que ver con la permanente promoción del <<alto rendimiento>> y la exigencia que a nivel de la subjetividad el llamando a dicho rendimiento conlleva, constituyendo uno de los principales ideales dentro de la cultura del *Management*; y de lo que hoy en día se espera de una persona para que pueda ser considerada exitosa, según los parámetros que actualmente se han establecido en nuestra sociedad.

De esta manera, es posible situar la promoción del alto rendimiento, como una de las principales características de la figura de lo que desde el estudio del caso WOBI, se ha dado en llamar <<líderes de las organizaciones>>; y que a partir del estudio del caso Oso Trava, es posible constatar la extensión de dicha figura a un campo social mucho más amplio que excede el ámbito de la empresa, a partir del concepto del <<emprendedor>> que termina por extenderse a la vida diaria de las personas en su totalidad.

Así, por medio de los programas de formación en técnicas para la eficiencia en el trabajo, como que los que conforman el caso Oso Trava, es posible aproximarse al imperio de una filosofía de ganar-ganar, acompañada de la exigencia de dar cada día más, en la medida en que “la excelencia no se alcanza nunca, no hay límite, y por eso el <<superarse a sí mismo>> es uno de los principios” (Aubert y Gaulejac, 2017, p.67) constitutivos de la cultura del *Management* y las prácticas que de ella se desprenden, junto con la con la exigencia inherente a dichas prácticas. Incidiendo de manera importante en las personas, con significativas consecuencias y altos costos a nivel subjetivo, que la mayoría de las veces terminan por traducirse en importantes afecciones tanto a nivel físico como psicológico;



como uno de los índices de la incidencia y los efectos que el discurso del *Management* puede llegar a tener sobre la subjetividad de las personas inmersas en su cultura.

Según los autores, con la exigencia constitutiva de la filosofía de ganar-ganar cambian totalmente los parámetros de la relación entre el individuo y la empresa. La `calidad` no permite que se pueda definir *a priori* lo que se ha de hacer y esto sume al trabajador en una incertidumbre constante ya que, en la medida en que no conoce de antemano las consecuencias de sus actos, las personas pueden fracasar creyendo que están haciendo lo correcto o triunfar absteniéndose de actuar (Gaulejac, 2017).

La promoción permanente del alto rendimiento, dentro de la cultura del *Management*, se puede observar de manera significativa e insistente en distintos los programas de formación y cursos de Oso Trava. Dejando del lado del propio sujeto, cualquier falla en lo que a dicho rendimiento se refiere, tal y como Oso Trava lo hace notar en uno de los videos promocionales del “Reto Gana tu Mañana”:

“¿El encierro te bajó el ritmo y la productividad? La verdad es que sé cómo te sientes, ahora con el Home Office, parece que se te pasa la mañana volando, sin lograr absolutamente nada. Pareciera que no tienes tiempo ni ganas para conectar contigo o hacer ejercicio, ni para adquirir herramientas para ser mejor en lo que haces. Y ya ni me digas, activar tu mente para generar nuevas ideas de negocios que te traigan más ingresos. ¿Te suena?, ¿Es así como te sientes?

Tu problema de falta de energía y poca productividad, tiene todo que ver con cómo arrancas tus días. ¿Cómo se ven tus mañanas ahora? Seguro se ven como redes sociales, e-mails, noticias, estrés. Tus conductas automáticas te tienen viviendo sin ganas, con prisa y sin motivación. Y sin una gran mañana, probablemente el resto de tu día va a sufrir. Pero todo eso puede cambiar” (Trava, 2021).

Gaulejac y Aubert, muestran a partir del estudio realizado por ello en distintas empresas, cómo el alto rendimiento, en tanto exigencia informal bajo lo que ellos denominan la filosofía de <<cada día más>>, siempre se apoya sobre otra filosofía implícita de superación a cualquier costo, indicando que:



Lo que realmente se le pide a la persona se mueve siempre en el campo de lo *implícito*, nunca se fija ni se delimita expresamente, y por eso genera inquietud, angustia de no haber hecho lo suficiente y una sensación de culpabilidad que, junto a las gratificaciones financieras, incitan al individuo a superarse para sobreponerse a la angustia que produce el <<no es suficiente>>, y que llevan a dejarse atrapar por la espiral de <<cada día más>> (Gaulejac y Aubert, 2017, p.119.120).

En la narrativa de Oso Trava, más allá de la temática específica que trate en cada una de las lecciones de sus programas, es posible notar -como uno de los principios en los que basa sus contenidos-, una constante incitación a la expresión del máximo potencial por parte de las personas que integran su audiencia, en `todas` las actividades que realicen, independientemente de que las condiciones sean o no adversas, en los distintos ámbitos su la vida; de manera completamente indiferenciada, como si todo se tratara siempre de lo mismo:

Quiero que, como yo aprendas a desarrollar todo este sistema y te va a cambiar la vida como a mí. Me siento más feliz, más lleno de energía y soy mucho, mucho, mucho más productivo. Y lo que te voy a ayudar a aprender estos días, te va a ayudar a crecer tus empresas, lanzar nuevos proyectos, triplicar tus ingresos y mejorar las relaciones que tienes con tus amigos, tu familia, tus colaboradores, con tu cuerpo. Hoy yo te voy a abrir la puerta a este sistema, para que tú también lo puedas hacer. Así que vamos a empezar mañana mismo (Trava, 2021).

En la narrativa empleada por Oso Trava en sus programas, se observa la forma en que afirma frente a sus seguidores, que lograr los resultados que cada uno se proponga y alcanzar el éxito en la vida, dependen únicamente de la intensidad y el esfuerzo de cada uno, sin que ello dependa, de circunstancias externas a las personas ni de las condiciones subjetivas de cada persona. En este sentido, Trava asegura que si cada uno cambia “para ser más productivo, para ser más saludable, para ser más feliz, entonces, definitivamente el mundo a tu alrededor de ti, va a ser un mundo mejor” (Trava, 2021). Se trata de un asunto atribuido completamente a la intencionalidad y esfuerzo de cada persona. Son



exitosos aquellos que lo quieren y fracasados quienes no tiene el valor de seguir el camino del éxito.

Necesitas identificar las áreas de tu vida en las que debes invertir tu tiempo y tu energía para alcanzar una vida de éxito. [...] Para llegar a nuestro destino, debemos silenciar el ruido que nos rodea; debemos evitar ser guiados por fuerzas externas y, así, darles su lugar a nuestras prioridades (Trava, 2021, p. 53).

Se aprecia lo que Boltansky y Chiapello denominan la <<nueva gestión empresarial>>, como aquella cultura que promueve por medio de una seductiva narrativa dirigida a las personas el ideal del desarrollo personal y la mejora continua. A través de *coaches* que acompañan a las personas en el empeño por ser mejores cada día, conocerse mejor y descubrir todo su potencial, fomentando un modelo que incita a una <<verdadera autonomía>>, basada en el conocimiento de uno mismo y en un desarrollo personal pleno (2002).

Así, dentro de la cultura del *Management*, el desarrollo personal y la permanente búsqueda de las personas por ser mejores, constituyen parte de los elementos más importantes y principales motores del funcionamiento del discurso capitalista, bajo la forma que el *Management* ofrece. Se trata de la búsqueda constante por ser mejor cada día, a través del incremento de las capacidades productivas en la actividad laboral y en la vida en general; bajo la promesa de que algún día la persona encontrará la libertad que le va a permitir elegir qué hacer con su tiempo, su dinero y todos los recursos que haya logrado generar.

Sin embargo, llama la atención la forma en que estos promotores del discurso del rendimiento y la maximización de las capacidades al servicio de la rentabilidad, de manera casi inadvertida, reiteradamente llegan a confesar los malestares de los que ellos mismos llegan a padecer dentro de sus vidas en el recorrido del camino del éxito. Es así como se puede situar lo que Oso Trava comparte a sus lectores:

Hacia afuera, era todo un *crack*, pero hacia dentro de mí, la frustración era mi amiga íntima. Estaba a punto de cumplir cuarenta años, había sido nombrado dos veces



como uno de los emprendedores del año por la revista *Expansión*. Aparecía en las páginas de varios ejemplares impresos e, incluso, más adelante tendría el honor de ser reconocido por Forbes como “una de las promesas de los negocios del año”. Había empezado dos emprendimientos que parecían ser exitosos.

Pero la verdad es que detrás de aquella espectacular fachada, a puertas cerradas, mi historia era otra. Mis ahorros estaban por terminarse, las ventas de mis empresas se habían estancado [...] no podía evitar compararme con gente exitosa desde un lugar poco sano.

[...] no lo entendía. ¿Cómo era posible que habiendo seguido cada paso del libro de la vida sobre cómo alcanzar el éxito, no me sintiera exitoso? Para cualquiera que mirara desde afuera, mi vida podría parecer perfecta; pero todas las mañanas cuando sonaba el despertador y abría los ojos, el primer pensamiento que pasaba por mi mente era una y otra vez el mismo: ¡Qué mierda! (Trava, 2021, p.19).

Los malestares físicos y/o psicológicos, suelen ser abordadas como historias de un pasado que ya no existe y que en el presente se encuentra superado, acompañadas de una perspectiva hacia el futuro que siempre promete ser mejor. Sin embargo, el sujeto parece encontrarse habitado por una permanente insatisfacción, que lo relanza a la carrera por un más y un futuro que cuando se torna presente, nunca termina por parecerse a lo que se esperaba de él.

Resulta palpable el circuito del interjuego dialectico del funcionamiento psíquico a partir de la “fascinación-revuelta, idealismo-decepción, adhesión-frustración” (Gaulejac y Aubert, 2017, p.125), que sigue de manera muy clara el funcionamiento del discurso del capitalismo de Lacan, entendido como un circuito sin freno en el que el sujeto (aparente agente de dicho discurso), termina por quedar reducido al desecho propio del discurso; relanzado una y otra vez a la búsqueda mortífera de una satisfacción imposible de alcanzar.

Aquí el sujeto hace uso de la falta en ser, del síntoma, como motor del movimiento incesante del mercado, que en su articulación con la tecno-ciencia ofrecerá siempre un nuevo objeto, que dará a cada instante la ilusión de suturar la carencia de ser estructural. El sujeto barrado ya no es aquí sujeto del inconsciente, sino un sujeto que carece de un goce que lo complete (Soria, 2019, p.148).



Se constata, cómo el Discurso Capitalista, bajo la forma que toma a partir del *Management* y la cultura a la que da lugar, opera un movimiento continuo, permanente y sin freno, en la que el sujeto termina reducido al estatuto de objeto, por medio del funcionamiento estructural del sujeto en relación a la economía subjetiva establecida a partir de lo que Lacan llamó *objeto a*, del que siempre queda un resto ineliminable. De manera que, es a partir de ese resto que “la carrera se vuelve interminable: es ese resto el que funciona como un continuo motor de la persecución infinita” (Schejtman, 2012, p.60), de una satisfacción que nunca se alcanza y que en la cultura del *Management* y los principios que promueve, se presenta bajo la forma del llamado éxito.

### El Management y su narrativa Bélica.

Por otra parte, dentro de los contenidos inherentes a la cultura del Management, llama la atención el uso que suele hacerse de un lenguaje caracterizado por su narrativa bélica y de dominio, sobre las situaciones en el campo laboral y la vida en general, por medio de una constante promoción de la posibilidad de contar con una mentalidad poderosa capaz de sobreponerse a cualquier estado emocional o afectivo, ante las distintas adversidades que puedan tener lugar en la vida diaria de las personas. El nombre mismo del programa de Oso Trava Cracks War Room, da cuenta de ello, además de la narrativa del *influencer*, que desde la bienvenida al Reto Gana tu Mañana, afirma que en dicho programa, él mismo tiene la *misión* de enseñar a las personas que se `atreveron´ a realizar el reto, a “transformar la manera en que *atacamos*, en que *arrancamos*; en la que *enfrentamos* nuestros días, todos los días [...] te estoy retando a ti a poner en práctica nuevos comportamientos y a convertirlos en hábitos que van a mejorar tu vida de una manera muy importante” (Trava, 2021).



Si bien, son varias las situaciones en las que se puede apreciar el carácter bélico del lenguaje empleado dentro de la retórica de los contenidos y programas dentro de la cultura del *Management*; para dar cuenta de ello en el presente trabajo, es posible tomar como ejemplo - como una de las múltiples referencias posibles-, el programa de Mario Alonso Piug *WOBI On Resilience*, en el que constantemente recurre al uso de términos característicos de la milicia dentro de su narrativa, como el término empleado por los marines norteamericanos *VUCA*, que por sus siglas hace referencia a entornos hostiles y altamente disruptivos:

Es común afirmar que este mundo es un mundo VUCA; volátil, incierto, complejo y ambiguo. Pero si el mundo solo ofreciera esto nadie querría vivir en él. Hay que añadir algo para que sea ilusionante: la oportunidad. En todo mundo VUCA hay oportunidad. Al hablar de resiliencia no hay que hablar solo de cómo hacer frente de otra manera a entornos VUCA sino además cómo poder trabajar la oportunidad; cómo reconocerla y sacar provecho de ella (Piug, 2020).

También el caso de Tom Peters, que recurre a dicho lenguaje de características bélicas dentro de la retórica empleada en sus textos:

Así es el cambio. En la nueva guerra contra el terror. En el nuevo mundo de los negocios.

Los retos enteramente nuevos a que se enfrenta el ejército son totalmente análogos a los retos a que se enfrenta la corporación global. Es seguro que las apuestas son más altas en el ejército que en, por ejemplo, la venta al por menor, pero el carácter de los temas y los modelos, los amigos y los enemigos que están en juego en cada situación son exactamente (¡EXACTAMENTE!) iguales.

Y, en un sentido muy personal, al menos, las apuestas son igual de elevadas. Recordemos el epígrafe en el que cité al general Shinseki: “Si no te gusta el cambio, te va a gustar menos aún la irrelevancia.” (Peters, 2003, pp.16-17).

Lo mismo sucede con el padre de la estrategia moderna Michael Porter, cuyas teorías sobre economía y negocios han sido desarrolladas bajo el concepto de <<estrategia



competitiva>>, cuyos términos también son extraídos del campo de la milicia, por más de cuarenta y dos años. Y que al hacer referencia a la pandemia del Covid-19 , en su seminario *WOB* *On Strategy*, afirmó que:

Nos encontramos en un momento histórico. La crisis del Covid está causando mucha disrupción y es ahora cuando empezamos a pensar en las estrategias para esta nueva normalidad que se ha instaurado en el mundo entero.

La estrategia es un tema de importancia fundamental, que tiene un profundo impacto en el desempeño y la prosperidad de las empresas, la sociedad y los ciudadanos. Esta no tiene una fórmula única. Debe de estar basada en las circunstancias y particularidades de cada una de las empresas.

El punto de partida para desarrollar una buena estrategia consiste en entender sus bases. [...] no hay una única manera de competir. No podemos competir por ser la mejor compañía. No existe tal cosa, no existe una compañía que sea la mejor. La clave está en centrarse en convertirse en una compañía única. Para pensar de forma estratégica hay que parar de competir por ser el mejor y empezar por ser únicos (Porter, WOB, 2020).

Con todo ello, es posible constatar cómo en los múltiples niveles y aproximaciones en los que la cultura del *Management* se manifiesta (programas de formación para ejecutivos de alto nivel, llamados líderes de las organizaciones; programas para emprendedores y para los trabajadores del ámbito administrativo en general, que empapados de la cultura del Management aspiran a la obtención de un éxito por que el que a diario trabajan), la transmisión de los principios y valores inherentes al nuevo espíritu del capitalismo, se realiza mediante el uso recurrente de términos tomados de la milicia y una narrativa fuertemente cargada de un sentido bélico, cuyo objetivo consiste en impregnar con mayor fuerza las ideas, conceptos y principios que se proponen, independientemente del sustento académico o científico con el que realmente cuentan.

El miedo significa que estamos listos para lograr grandes cosas que, tal vez, no podríamos lograr en ningún otro estado. Así que, si entendemos eso, podemos



transformar el miedo que nos paraliza en un mensaje de nuestro cuerpo, diciéndonos que tenemos superpoderes y que podemos aprovecharlos.

[...] El miedo denota lo que yo llamo un momento inminente para elevarte y derribar obstáculos [...]

M-I-E-D-O  
M- momento  
I- inminente para  
E- elevarte y  
D- derribar  
O- obstáculos

Al final, el miedo es tu cuerpo y tu mente, diciéndote que estás listo para hacer cosas grandes (Trava, 2021, p.58).

Es interesante observar cómo este significativo y recurrente uso del lenguaje de corte bélico dentro de la retórica y la narrativa de los distintos medios en los que es transmitida la cultura del *Management*, empata y se moldea con el carácter normativo de la cultura del *Management* destacado por Zangaro, al indicar que los textos de gestión que circulan dentro del contexto empresarial -principalmente destinados a los trabajadores que en las empresas ejercen el control conocidos como líderes de las organizaciones-, fundamentalmente presentan lo que se debe hacer y lo que no se debe de hacer al interior de las empresas.

Dichos contenidos sobre gestión, dirigidos a los líderes de las organizaciones, buscan “prescribir acciones y suscitar la adhesión así como difundir y vulgarizar modelos normativos en el mundo de la empresa” (Zangaro, 2014, p.46); alcanzando además, como ya se ha venido indicando a lo largo de la investigación, ámbitos mucho más amplios de la vida cotidiana de la personas, dando lugar al moldeamiento de estilos de vida específicos, acordes a la lógica del mercado, el consumo y la máxima rentabilidad; incluso a costa del bienestar de las propias personas.



Así, según Zangaro, por definición, en la secuencia expositivo-explicativa el referente (aquello de lo que se habla: el mundo de los negocios, el liderazgo, los procesos de gestión, por ejemplo) se considera dado e indiscutible y lo que interesa, primordialmente, es la transmisión de información relativa a él. Se supone que, la información aportada tiene carácter objetivo; es decir que, ya que no se trata de que el autor proporciona una opinión sobre esa realidad a la que hace referencia y que puede considerarse discutible, sino que la describe tal cuál es (2014, p.49).

Esta narrativa, de carácter prescriptivo, imperativo e incuestionable, transmitido frecuentemente recurriendo a un lenguaje de carácter bélico, también es posible pensarlo a partir de la lógica inherente al discurso del amo, planteado por Lacan en su teoría sobre los discursos; que además constituye uno de los componentes al interior de la estructura del discurso capitalista, del que deriva el funcionamiento de la cultura del *Management*, representado bajo el matema del S1 presente en la escritura de dicho discurso:

### Discurso capitalista

$$\downarrow \frac{S}{S_1} \times \frac{S_2}{a} \downarrow$$

En ese sentido, resulta relevante no perder de vista que, una de las principales características del discurso capitalista, consiste en su afinidad con discurso del amo; basado en la estructura clásica de la relación entre el amo y el esclavo o bien en el ámbito del trabajo, de la relación entre el patrón y el obrero. Caracterizado principalmente por su fijeza y su solidez, a diferencia de la flexibilidad inherente al nuevo espíritu del capitalismo y la transformación de las prácticas laborales que han tenido lugar a partir del ascenso en



nuestra sociedad de lo que Lacan, dentro del ámbito del psicoanálisis, conceptualizó por medio del discurso capitalista.

Los autores de gestión empresarial de la década de 1990, a diferencia de los autores de la década de 1960, imaginan una gran cantidad de nuevas formas de organización que se alejan lo máximo posible de los principios jerárquicos, tan característicos de las formas clásicas de relación laboral patrón-obrero (Boltansky y Chiapello, 2002). Mientras que las relaciones laborales clásicas “han tendido a reglamentarse formalmente en cuerpos de leyes, contratos, convenios o costumbres y la relación para un trabajo que implica dos sujetos extremos en cooperación o conflicto, en territorios cerrados y durante tiempos bien delimitados” (De la Garza, 2009, p.4); los rasgos más presentes en la literatura de la gestión del nuevo espíritu del capitalismo, son fundamentalmente la competencia, la flexibilidad y el cambio permanente y cada vez más rápido.

De esta manera, se aprecia dentro de la literatura de la gestión, el surgimiento de la promoción de prácticas que permitan una organización cada vez más flexible y creativa “que sabe <<surfear>> sobre todas las <<olas>> adaptarse a las transformaciones, tener constantemente un personal dotado de los más recientes conocimientos y obtener una ventaja tecnológica permanente” (Boltansky y Chiapello, 2002, p.116). Se trata del salto de la organización clásica, rígida y jerárquica a empresas flexibles, competentes, innovadoras y creativas con trabajadores cada vez más <<autónomos>>, en la medida en que ello contribuye a una mayor rentabilidad y maximización de las ganancias; el pasaje del modelo organizacional *fordista* al modelo establecido por el *toyotismo*.

“La web: según la traducción

En la misma conferencia, ofrecí la siguiente traducción de algunas de las desdichadas, aunque necesarias, frases de la jerga que ha utilizado la gente para describir el mundo web:

*Libre de burocracia*= organización plana absolutamente sin burócratas.



Sistemáticamente integrada= cadena de oferta y de demanda total (del proveedor al consumidor) densamente cableada, libre de fricción.

Internet-intensiva= ¡hazlo todo a través de la web!

Basada en el conocimiento= acceso abierto...a todo...por todo mundo...desde el empleado individual... a todos los miembros de la cadena de oferta y demanda. (El nuevo equivalente I-net de “por el pueblo, para el pueblo...”)

Libertad de tiempo y lugar=haz cualquier cosa, cuando quieras, donde quieras... a la velocidad de la luz y a la conveniencia de cada actor.

De respuesta instantánea=¡los demonios de la velocidad!

Centrada en el cliente= ¡El cliente lleva la batuta! ¡El cliente está a cargo! El cliente lo clienteliza...todo

Capacitada para la clientelización en masa= cada producto y servicio se adapta rápidamente a los requerimientos peculiares e inmediatos del cliente particular.

Todo esto es todavía jerga, incluso después de la “traducción”. Pero representa compactamente la noción total del potencial de la web:

Web= todo” (Peters, 2003, p.60)

Es posible constatar, dentro del ámbito empresarial y a partir los principios de la cultura del Management, la inflexión del discurso del amo planteada por Lacan a la del discurso capitalista. En la medida en que la estructura del discurso del amo, que resulta de la dialéctica del amo y el esclavo desarrollada por Hegel, caracterizado por la operación del amo opera como el rector del dicho discurso, ordenando que las cosas marchen a partir del saber propio del esclavo que es explotado; muta a una lógica que resulta mucho más rentable, en lo que a la producción de goce se refiere y, por lo tanto la maximización de la ganancia en términos de satisfacción. En la medida en que en el discurso capitalista el esclavo, además de la explotación de la que es objeto, es despojado de su saber quedando reducido al estatuto de objeto (representado por el *objeto a* en la escritura de dicho discurso); como productor de goce y/o una plusvalía, que lo constituye en el desecho de dicho discurso.

El sujeto hace un uso de la falta en ser, del síntoma, como motor del movimiento incesante del mercado, que en su articulación con la tecno-ciencia ofrecerá siempre un nuevo objeto, que dará a cada instante la ilusión de suturar la carencia de ser estructural [...] La usencia de flecha entre el sujeto y el saber da cuenta de la separación absoluta del mismo en relación al saber inconsciente, que en todo caso será estudiado y utilizado por el discurso publicitario para dar sustancia episódica descartable a los fantasmas, bastantes tipificables, que habitan al ser hablante (Soria, 2019, p.148).

### Discurso del amo

$$\uparrow \frac{S_1 \rightarrow S_2}{S // a} \downarrow$$

### Discurso capitalista

$$\downarrow \frac{S}{S_1} \times \frac{S_2}{a} \downarrow$$

Así, es posible establecer como una característica a destacar de la cultura del *Management*, el carácter publicitario que dicha aguarda a partir del su particular narrativa y uso del lenguaje de carácter bélico, dando lugar -como se pudo indicar a partir de la estructura misma de los programas ofertados por WOBI- a una importante industria de contenidos que si bien en principio se encuentra dirigida a los líderes de las organizaciones, por medio de programas como los que son ofertados por Oso Trava, adquiere un alcance mucho más amplio llegando a un público más general.

Se trata de una industria portadora y transmisora de los principios del nuevo espíritu del capitalismo, bajo la forma de programas de formación que más allá de los conocimientos que puedan poner a disposición de su público, constituyen un importante papel en la configuración de estilos de vida, destinados a alimentar el movimiento y la vitalidad del espíritu del capitalismo dentro de la sociedad en general.



## El Management y su concepción de sujeto como organismo.

Del estudio del caso de Oso Trava, uno de los elementos más importantes a destacar, tiene que ver con la concepción de sujeto que es posible deducir de la narrativa y los contenidos que se transmiten en los programas que ofrece.

En este sentido, llama la atención la reducción que se realiza sobre la persona y la concepción del ser humano, a elementos puramente biológicos en lo que a su funcionamiento se refiere; y a una mentalidad conceptualizada en términos meramente cognitivos, susceptible a ser reprogramada permanentemente de acuerdo a las necesidades del momento y la situación, a través de pensamientos susceptibles de ser remplazados por otros más adecuados, respondiendo a los fines del alto rendimiento y la generación de una mayor rentabilidad, planteada a lo largo de la presente investigación.

De esta forma, se pueden entender los planteamientos realizados por Susan David y Christina Congleton, en su artículo de Harvard Business Review al indicar que:

Los líderes más efectivos [...] desarrollan lo que llamamos la *agilidad emocional*. En nuestra economía del conocimiento tan compleja y cambiante, la habilidad de gestionar nuestros propios pensamientos y sentimientos es esencial para conseguir el éxito empresarial. Numerosos estudios realizados por el profesor de la Universidad de Londres Frank Bond y otros, demuestran que la agilidad emocional puede ayudar a las personas a mitigar el estrés, reducir errores, ser más innovadoras y mejorar el rendimiento laboral (2019, pp.64-64)

También planteamiento de James Wilson en su artículo "Tú según los números", en relación a lo que llama el <<autoanálisis>> donde según él:

Hay dos grandes tipos de herramientas para el autoanálisis. El primer tipo son las de seguimiento (*trackers*), que revelan patrones que te ayudan a establecer objetivo. Te permiten documentar rutinas y respuestas físicas. Como las horas de sueño, el ritmo cardíaco y los alimentos consumidos o las calorías quemadas -



información que puedes usar para saber, por ejemplo, cómo el consumo de cafeína y de azúcar afectan tu rendimiento laboral, o qué interacciones en la oficina hacen subir tu presión arterial-. Estas herramientas se usan óptimamente de manera longitudinal (a lo largo de varios días, semanas o incluso durante más tiempo) y de manera interactiva, con el fin de ir probando intervenciones y sus resultados hasta que se encuentra el equilibrio (2019, pp.94-95).

Así, durante el reto Gana Tu Mañana, que se llevó a cabo a lo largo de diez días, abordando un tema diferente en cada transmisión, relativo a cómo mejorar la manera de comenzar el día para ser más productivo y mitigar los efectos del *Home Office*, a un año de la pandemia del Covid-19; Oso Trava explicó constantemente de diferentes formas -bajo la misma narrativa y trama argumentativa-, cómo cada una de las recomendaciones que daba cada día, encuentran su fundamento en aspectos totalmente biológicos y <<científicamente demostrados>>, de manera que al ser utilizadas, permiten que la persona logre ser más productiva a lo largo de todo el día.

Este abordaje de los procesos subjetivos en las personas, a partir de una perspectiva reducida a lo biológico, que se puede calificar de biologicista, es posible constatarla con claridad en la perspectiva y los temas abordados en cada una de las transmisiones que conformaron el reto “Gana Tu Mañana”.

El día uno de dicho programa, comenzó con lo que Oso Trava llama “Guardián del sueño”, que tiene que ver con el tema del sueño y la importancia de dormir correctamente para lograr un sueño reparador, abordándolo a través de los procesos biológicos constitutivos del sueño y la gestión de los mismos a través del ciclo circadiano. Explicó que en el cerebro se llevan a cabo funciones y procesos en segundo plano que son esenciales para el buen funcionamiento del cuerpo, por lo que para lograr un mejor descanso -que le permita a la persona ser más productiva durante el día-, es importante establecer un horario; prepararse para dormir cuidando el ambiente, luz, temperatura y la alimentación antes de dormir, así



como la manera de despertar. A pesar de que, paradójicamente, en una de las transmisiones del programa llamado “Blinda tu mente”, Oso compartió a su audiencia a los participantes, haber dormido tan sólo tres horas, unos días después de hablar sobre la importancia de cuidar las horas del sueño. He aquí un punto de imposibilidad inherente a la vida de ser humano, a pesar de intentar regular y tomar control, a través del conocimiento de los procesos como los del sueño.

En este sentido, resultan pertinentes planteamientos de Javier Peteiro, respecto al lugar que en la actualidad en nuestra sociedad en general se le ha asignado a la ciencia, independientemente del campo específico que realmente le atañe. Así como la forma que la ciencia ha adquirido dentro de un mundo, en el que priman los principios inherentes al nuevo espíritu del capitalismo; en la medida en que según Peteiro la cosmovisión posible ya no es ideológica o religiosa, sino que la ciencia ha pasado a constituir la gran esperanza y la única creencia posible. Tornándose en un científicismo, que cala de forma honda en la cultura, en el que aquello que no sea expresable en términos científicos sea considerado superfluo e inválido (2010).

[...] la Ciencia se hace esencialmente ahora en un mundo capitalista y una consecuencia clara de ello es que el científico es productor de algo vendible, adoptando formas que abarcan desde la mercancía bibliográfica hasta las patentes biológicas. La insuficiencia ética facilita a la vez que el producto científico pase a ser la realización de lo posible (Peteiro, 2010, p18).

Lo mismo se puede situar en el abordaje que Oso Trava llevó a cabo respecto a la hidratación, que correspondiente al tema del segundo día del reto “Gana Tu Mañana” al que dio el nombre de “Hidratación”. Explicando que lo más importante al despertar, para comenzar de una mejor manera la mañana y rendir mejor durante el día, es hidratarse. Ya que, durante las noches se pierden líquidos y sales como consecuencia del agua que se



pierde, no solo a través de la sudoración y las idas al baño, sino principalmente por la respiración.

Según Oso Trava, para despertar bien es necesario algo más que un par de horas más para dormir o una taza de café, ya que uno de los principales problemas al despertar tiene que ver con la deshidratación sufrida a lo largo de la noche mientras uno duerme, en la medida en que el agua cuenta con un rol fundamental en el organismo. El agua lubrica todas las articulaciones y los ligamentos, regula la temperatura corporal, nutre el cerebro y la médula espinal, jugando así un papel fundamental en la mayoría de los procesos corporales, como el sistema circulatorio, la memoria y todos los <<procesos cognitivos>>.

Por esta razón, habiendo explicado la importancia de la hidratación y habiendo “maneras mucho más inteligentes” (Trava, 2021) para hacerlo, su principal recomendación para “despertar, refrescarte y darle a tu cuerpo el *boost* que necesitas para arrancar el día” (Trava, 2021), recomendó y dio la receta de un suero que él mismo toma.

Bajo estos modos de aproximación argumentados ‘científicamente’, que se pueden encontrar de manera más detallada en el reporte del trabajo de campo incluido en el presente trabajo, Oso Trava abordó, una y otra vez, distintos procesos del cuerpo abordados desde perspectivas puramente biológicas, para que las personas puedan desempeñarse con un mejor rendimiento a lo largo del día desde que este comienza.

Habló de la importancia de la alimentación y el desayuno, para comenzar correctamente el día; y del ejercicio, como una forma de obtener mayor energía, echar a andar el sistema, mover los fluidos, oxigenar más, activar el sistema circulatorio, cardio-vascular e inmune, obtener estamina (la energía general que te da el empuje que necesitas), reducir el estrés disminuyendo los niveles de cortisol.

El hecho de hacer ejercicio, de tener ese momento para mí, de conectar con mi cuerpo, de sentirlo activo a mí me transforma. No soy un atleta de alto rendimiento,



pero mi cuerpo si me lo pide. Y no solamente por la parte física de sentirme activo, de cómo echar a andar la maquinaria sino también por la parte mental (Trava, 2021).

También abordó el tema de la exposición al frío, por medio del método *Wim Hof*, que consiste en una práctica a partir de la respiración diafragmática, la meditación y concentración mental; así como la exposición extrema al frío, a través de baños en tinas de agua helada, para mejorar el sistema autónomo y tener acceso al sistema nervioso central. Explicando con ello, la importancia de comenzar la mañana con un baño lo más frío que sea posible, para activar los procesos biológicos de una mejor manera, propiciando una mejor circulación sanguínea que contribuya a estar más despiertos y activos durante el día, además de fortalecer el sistema inmune.

Por otra parte, según los abordajes actuales en la cultura del *Management*, la respiración es una de las acciones que puede ser utilizada además de ejercitarse para reducir el estrés. Particularmente mediante la respiración diafragmática, es posible ampliar la capacidad pulmonar, con considerables beneficios para el cuerpo, ya que además de reducir los niveles de estrés, permite bajar la presión arterial, cardíaca y los niveles de cortisol (hormona del estrés) y obtener mayor energía:

Van a ver cómo se van a llenar de energía, como hasta sienten un poquito de cosquilleo en las manos, pero sobre todo van a sentir un como Hi. Ósea, sí van a sentir un poco ligeros la cabeza, pero les va a dar mucha energía este tipo de respiración. Y esto lo pueden usar a lo largo del día para despertarse, para desconectarse de alguna situación que los traiga molestos y sobre todo en la mañana para ganar esta claridad (Trava, 2021).



## El Management y su concepción de sujeto como puro pensamiento y cognición.

En cuanto a los procesos mentales Oso Trava, desarrolló los temas de la gratitud, la meditación, el blindaje de la mente y el significado de las acciones mediante el sistema que ha dado en llamar “Meadigful shit”, que desarrolla ampliamente en su libro “Haz lo que importa: El método para diseñar y vivir una vida de cracks”.

Respecto al tema de la “Gratitud”, abordado en términos cognitivos y sistema de pensamientos, Oso Trava explicó que si bien en un día las personas tienen miles de pensamientos “científicamente está demostrado que el 95% de los pensamientos del día son exactamente los mismos del día anterior” (Trava, 2021). Es decir, que repetimos patrones y condiciones a través de nuestros pensamientos, que comúnmente tienen que ver con lo que se quiere, desea, falta o se necesita. Razón por la que las personas de ‘alto rendimiento’ generalmente quieren obtener más y suele estar enfocada en las cosas que no tiene y en lo que no es, por lo que la solución ante dicha problemática es la <<gratitud>>.

La gratitud se trata de reconfigurar tu mente para entender que nada es obvio. Se trata de centrar tu atención en aquello que tal vez ni ves. Eso que das por sentado, que ni siquiera notas, pero te permite estar aquí (Trava, 2021).

Según explicó a los participantes del reto, el cerebro funciona como una computadora que interpreta la realidad a través de las creencias que aguarda cada persona. De forma que lo que se vive simplemente es una interpretación de lo que se percibe a través de los cinco sentidos:

Quiero platicarles que existen estudios que demuestran que incorporar la práctica del agradecimiento a tu día, reduce el cortisol, estabiliza tu frecuencia cardiaca y provoca ese sentimiento de bienestar general, tanto físico como mental en tu vida (Trava, 2021).



La meditación, permite convertirse en la persona que se quiere ser, desde el día en que se afirma y decreta serlo, ya que permite “conectar con un futuro que no ha sucedido, pero ya sucedió” (Trava, 2021). La idea consiste en que la persona empiece a vivir desde ya, la verdad que quiere: que hay dentro de ella y desea construir. Se trata de una vida construida a partir del pensamiento y las emociones a las que dicho pensamiento puede dar lugar. La “idea es comenzar a vivir desde ya la verdad que hay dentro de ti, que puedes construir, y se trata simplemente de emocionarte y sentirlo” (Trava, 2021).

Por otra parte, el tema abordado por Oso Trava durante el día seis del reto, consistió en lo que llama “Blindar tu mente”. Un tema totalmente y explícitamente orientado al manejo de la vida diaria, a partir del pensamiento y el contenido que pueda tener, en la medida en que según sus planteamientos, la vida consiste en un diseño que debe hacerse con voluntad e intensidad; ya que “sin darnos cuenta vamos tarde al trabajo, vamos estresados, vamos preocupados, y dejamos a un lado nuestra rutina” (Trava, 2021). Por ello, en lo que él denomina su programa de desarrollo de vida, recomienda utilizar las mañanas para alimentar el <<cerebro>> con la guardia que cada persona tiene fuera de su mente, dejando los impulsos negativos y todas las malas noticias.

Entrena a tu cerebro a estar bien, a no estar tan acostumbrado a tantos estímulos. Decide una actividad que te ayude a crecer. Dedícate diez minutos. Abre tu mente, reduce tu nivel de estrés. Te ayuda a tener más claridad de pensamiento. Esa claridad se va a mantener contigo el resto del día. Date cuenta de lo que estás alimentando a tu cerebro y date cuenta del tiempo en el que podrías estar dedicando atención a otra cosa. Monta guardia a la puerta de tu mente (Trava, 2021).

A partir de lo anterior, es posible observar que dentro de la cultura del *Management* y a partir de los principios del nuevo espíritu del capitalismo de la dicha cultura es promotora, la vida de las personas consiste en un diseño, a partir de hábitos y acciones concretas cuyo resultado, en la vida laboral y personal, dependen de cada persona, ajena a cualquier contingencia o situación externa a la persona misma. De este modo, se constata, cómo el



espíritu del capitalismo, a través de la cultura a la que el *Management* da lugar, establece una relación dialéctica entre los dispositivos cuya puesta en práctica acompaña y a su vez hace posibles (Boltansky y Chiapello, 2002).

Por medio del tratamiento que se observa en los distintos programas de formación que Oso Trava realiza, echando mando de concepciones sobre el psiquismo puramente cognitivas, donde el pensamiento y la mente es capaz de dominar lo que las personas sienten y perciben, es posible observar el funcionamiento de la lógica *managerial*, en la que las emociones, deseos y sufrimientos constituyen la energía base y el “carburante de la empresa que esta se encarga de transformar y proyectar hacia los objetivos deseados” (Gaulejac y Aubert, 2017, p.134), en busca de un rendimiento cada vez mejor, a pesar del estado emocional en el que cada persona realmente se pueda encontrar.

## **ESTUDIO DE CASO DOS: Simon Cohen.**

Hasta ahora, ha sido posible analizar algunas de las concepciones más importantes de la cultura del *Management* y las prácticas que se promueven a través de los datos obtenidos en el trabajo de campo desarrollado mediante la observación participante realizada en los distintos programas ofertados por WOBI durante la pandemia, y el trabajo autoetnográfico en el programa de diseño de vida “Reto Gana tu mañana”. Dichas aproximaciones, permitieron extraer algunas coordenadas relativas a la estructura del *Management*, su cultura y las prácticas a las que da lugar, bajo la lógica del nuevo espíritu del capitalismo y lo que Lacan dio en llamar el Discurso Capitalista. Sin embargo, la investigación aquí planteada, también se propuso dar cuenta de la incidencia y los efectos que la estructura del *Management* puede llegar a tener en la subjetividad de los trabajadores inmersos en la cultura a la que dicho discurso da lugar.



Por ello, el caso de Simon Cohen, construido en la presente investigación a partir del su libro auto biográfico, resulta de suma importancia en la medida en que permite mostrar algunos aspectos relativos a la forma en que el Discurso del *Management* y su cultura, pueden llegar a incidir en determinada persona.

El individuo es actor de este proceso, pero su acción está sobredeterminada por las fuerzas estructurantes del campo social en que actúa. La acción del individuo es interpretada y analizada como la acción de *un sujeto de responsabilidad dominada* por la lógica de la organización y de los intereses de los que la dominan. Su estructura mental es una estructura social incorporada (Aubert y Gauñejac, 2012, 224).

Si bien, no se puede dejar de tomar en consideración que el estudio del caso de Simon Cohen se trata de un caso singular, cuyas características no son susceptibles a una generalización aplicable a todas las personas pudiéndoles asignar un carácter universal válido para todos; a partir del estudio de este caso, sí es posible situar ciertos elementos más allá de su singularidad. Permitiendo así, establecer algunos elementos particulares y específicos, inherentes al discurso del *Management* y su incidencia sobre aquellas personas que se encuentran inmersas en su cultura; que sin darse cuenta, además de padecer los efectos de este discurso, terminan por constituirse en promotores y reproductores de la cultura managerial a la que da lugar. No sólo en el ámbito laboral sino también en el familiar, el personal y en el de su vida en general, forjando estilos de vida específicos y acordes a los principios del nuevo espíritu del capitalismo y la cultura del *Management*:

Producido por la organización y por los individuos que la componen, el sistema psíquico organizacional deviene productor de lo que ha producido, de acuerdo con el principio de causalidad recursiva: contribuye a moldear el modo de funcionamiento psíquico de los agentes de la organización; asimismo, influye en el modo de funcionamiento de la organización (Aubert y Gaulejac, 2012, p.246).



De manera que, la lógica managerial pese a todo, le pide al individuo que haga frente a sus problemas en términos de gestión, estableciéndole exigencias y necesidades acordes al nuevo espíritu del capitalismo; caracterizado por la permanente promoción del alto rendimiento y un constante consumo por parte del sujeto, poniendo en marcha una y otra vez, el circuito sin freno constitutivo del discurso capitalista; bajo el principio supuesto de que nada es imposible.

Seldes, destaca la manera en que slogan de una conocida marca de ropa deportiva, *Nothing is Imposible*, transmite claramente la lógica del discurso capitalista y promueve su funcionamiento, en la medida en que la “ciencia y el mercado imaginan así el goce ilimitado que proponen, en las innovaciones que acompañan los modos actuales en los que los sujetos se enlazan” (2019, p.55), produciendo nuevas formas de relación y el relajamiento de los vínculos acordes al nuevo espíritu del capitalismo. Constatando, lo que los contenidos que promueven la cultura del *Management* “no mencionan: la sobre dosis de productividad” (Aubert y Gaulejac, 2017, p.26), inherente a la lógica desde la opera dicha cultura.

La sublimación por medio del trabajo se convierte así en el objeto de una nueva tecnología que, desde las relaciones humanas hasta los recursos humanos, introduce la lógica del capital en la gestión de los procesos psíquicos inconscientes” (Aubert y Gaulejac, 2012, p.103).

En este sentido, el caso de Simon Cohen, muestra con claridad lo que desde el campo del psicoanálisis se define como posición subjetiva, en tanto ejecutivo, empresario y trabajador; producto y productor de la lógica inherente al discurso del capitalista, sobre la que opera la cultura del *Management*. Es decir que, a partir del estudio de caso de Simon Cohen, se pueden situar algunos elementos en relación a lugar que, a nivel del inconsciente, determinan las acciones y los comportamientos de una persona. Como una manera de



responder a determinado contexto (estructura o discurso, de acuerdo a los términos planteados por Lacan); y que en el presente trabajo tiene que ver con los sujetos que en la actualidad se encuentran tomados por la lógica inherente al discurso de Management y su cultura. Del que el caso de Simon Cohen constituye un caso paradigmático.

El individuo es actor de este proceso, pero su acción está sobredeterminada por las fuerzas estructurantes del campo social en que actúa. La acción del individuo es interpretada y analizada como la acción de *un sujeto de responsabilidad determinada* por la lógica de la organización y de los intereses de los que la dominan. Su estructura mental es una estructura social incorporada (Aubert y Gauñejac, 2012, 224).

La propuesta, en lo que al estudio del caso de Simon Cohen se refiere, consiste en extraer algunos elementos relativos a los efectos y la incidencia que el discurso del Management, a nivel inconsciente puede llegar a tener sobre los sujetos inmersos en su cultura; a partir del testimonio de Simon Cohen, presente en su libro “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el **éxito**, encontró la **felicidad**”.

Así, el acercamiento con Simón Cohen durante la presentación de su libro y por medio del texto mismo presente en el libro, permiten operar cierta localización subjetiva y acceder a la enunciación del autor a través de su texto, con la intención de lograr deducir algunas cuestiones de interés para la investigación, relativas a la incidencia del Discurso de *Management* y su cultura; por medio del análisis de la vida profesional de un sujeto que cumple con las características planteadas para la realización de la investigación, como lo es el caso de Simon Cohen.

La localización subjetiva consiste en hacer aparecer la caja, esa caja vacía donde se inscriben las variaciones de la posición subjetiva. Es como tomar entre paréntesis lo que el sujeto dice y hacerle percibir que toma diferentes posiciones, modalizadas, con relación a su dicho.

El sujeto es esa caja vacía, es el lugar vacío donde se inscriben las modalizaciones. Ese vacío encarna el lugar de su propia ignorancia, encarna el hecho de que la



modalidad fundamental que se debe hacer surgir, a través de todas las variaciones, las modalizaciones, es la siguiente: “Yo (el paciente), no sé lo que digo”. Y, en ese sentido, el lugar de la enunciación es el propio lugar del inconsciente (Miller, 1997, p.57).

La escritura desarrollada por Simon Cohen, permite situar algunas significaciones propias del sujeto en relación a su vida profesional, personal y familiar; más allá de lo que en principio el propio autor se propone transmitir a sus lectores: Que resultan de suma importancia para el hallazgo de elementos comunes al discurso del *Management* y su incidencia en la subjetividad de trabajadores y trabajadoras de niveles directivos y gerenciales, denominados <<líderes de las organizaciones>>.

En este sentido, cabe recordar que Simon Cohen es un destacado empresario mexicano, que a manera de testimonio en su libro, narra su historia como empresario, a partir de los momentos más significativos de su vida profesional y personal, que lo marcaron y le permitieron alcanzar el `éxito` y la `felicidad` que, como líder de su propia organización a través de su historia le permiten, según sus palabras, inspirar a otros para que “hagan lo mismo, y así crecer esta espiral de conocimiento y contagiar felicidad y valores a la mayor cantidad de gente posible” (Cohen, 2021, p.176).

¿Quién es Simon? Diría que soy un soñador, un apasionado de la vida, una persona que entendió que su propósito de vida es contagiar felicidad. Disfruto cada momento, cada minuto del día. Me gusta estar con mis amigos -me considero una persona muy social- y aprender: “Soy un ávido aprendiz!”. No puedes enseñar si no estás dispuesto a aprender, y hacerlo constantemente.

Además, me fascina trabajar, amo lo que hago y le pongo mucha pasión. Mucha gente cree: ¡claro!, eres la persona más feliz del mundo porque tu empresa es exitosa, y mi respuesta es: “¡No señor!, es al revés: nuestra empresa es exitosa porque nosotros decidimos ser felices y trabajar diariamente en eso”. El éxito es una consecuencia de ser feliz (Cohen, 2021, p.112).



De esta forma, en el apartado relativo al trabajo de campo de la investigación, se relatan con detalle diferentes aspectos extraídos del texto de Simón Cohen, que muestran a una persona inmersa por completo en el mundo del *Management*, materializando y haciendo presentes varios de los supuestos y premisas de las que se parte en la investigación, en relación a las características del discurso del *Management* y su incidencia en la subjetividad de los trabajadores inmersos en su cultura.

De manera que, a partir del caso de Simon Cohen, se pueden constatar distintos elementos de aquel sistema de representación y percepción de imágenes y valores que actúan como sustrato del *Management*. En la medida en que la “gestión (el management) conlleva una cultura empresarial, un proyecto, unos valores clave, en fin, una ética determinada que será la plataforma común del conjunto de trabajadores de la empresa” (Aubert y Gaulejac, 2012, p.32).

Además del éxito profesional como empresario y dueño de su empresa -reconocida en algunos de los espacios académicos, identificados en esta investigación como los generadores de contenidos relativos al *Management*, como lo son *Harvard Business School* y *London Business School*-, Simón Cohen cuenta con una carrera profesional modelo dentro de los valores y estándares establecidos dentro del mundo del *Management*.

Simon Cohen es egresado del ITESM como Licenciado en Comercio Internacional (1996). Junto con su padre y hermanos fundó una empresa de logística y transporte internacional de carga, en 1998.

En 2010, London Business School lo reconoció como destacado empresario, realizando un caso de estudio sobre su habilidad estratégica en los negocios. Así mismo, la Universidad de Harvard escribió, hizo un podcast y videodocumentó su historia en un caso de estudio en el que se resalta la cultura organizacional de excelencia **High Performance Happy People** que implementó en Henco.

Simón Cohen es socio y consejero de diferentes empresas a nivel nacional e internacional. Sus logros constantes le han valido diversos reconocimientos en el mundo empresarial. Fue galardonado como **The Most Trusted CEO México** (2017), por su liderazgo al contribuir en el mundo corporativo con su ejemplo y modelo de



negocios. Simon ha sido considerado como una de las personas más inspiradoras de México por **Those Who Inspire** (2018).

Henco ha sido reconocida por **Great Place to work Institute** durante más de una década como la mejor empresa de logística para trabajo en México (Cohen, 2021).

A partir de la historia que él mismo cuenta en su libro, se aprecia la manera en que Simon Cohen representa un caso paradigmático de hombre modelo dentro del mundo managerial, cuyas características se ciñen a la figura del <<líder de la organización>> o *manager* que en Boltansky y Chiapello, definen dentro de la ciudad por proyectos como el <<grande>>, cuyo “nivel de competencias y flexibilidad le permiten a cada individuo encontrar” (2002, p.171) nuevas oportunidades frente a cualquier crisis posible.

El <<grande>> no es solamente quien sabe comprometerse, sino también quien es *capaz de hacer que se comprometan los demás*, de facilitar la implicación, de hacer deseable el hecho de seguirle porque inspira *confianza*, porque es *carismático* o porque su *visión* genera entusiasmo, cualidades todas ellas que lo hacen el animador de un equipo que no dirige de forma autoritaria, sino situándose a la escucha de los demás, con *tolerancia*, reconociendo y *respetando* las diferencias. No es un jefe (jerárquico), sino un integrador, un facilitador, un *inspirador*, un unificador de energías, un *impulsor de vida*, de sentido y de autonomía (Boltansky y Chiapello, 2002, pp.170-171).

Bajo esta óptica es posible apreciar el espíritu de líder de la organización o *manager*, con el que Simon Cohen comparte su historia, pudiéndolo situar una y otra vez a lo largo de su libro, en distintos extractos de la historia que cuenta e incluso en el mismo nombre de su libro: “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el **éxito**, encontró la **felicidad**”.

De regreso a la oficina, me senté con mis colaboradores más cercanos y les dije: “El día de hoy conocerán a un Simon nuevo, un Simon que ha reflexionado y ha decidido ser feliz. Para esto, tengo que estar rodeado de gente que quiera lo mismo que yo. De aquí en adelante, pondré todo mi esfuerzo y dedicación en generar las



condiciones adecuadas para que así sea. Quiero ayudar al mayor número de personas para que tengan una buena vida, llena de amor y felicidad.

Era un trabajo conjunto, había que inyectar una filosofía nueva enfocada en la felicidad individual y común. Quería que los que trabajábamos en Henco llegáramos diario a la oficina con una sonrisa, y que cuando las cosas no estuvieran saliendo bien en la vida de alguno, tuviéramos un equipo fuerte para sostenerlo y ayudarlo a salir adelante. Ser feliz también es contar con una buena red de apoyo y, en ese sentido, he sido millonario desde que nací (Cohen, 2021, p.50).

### **El Management como estilo de vida: del hombre managerial al sistema managerial.**

Si bien, en principio la cultura del *Management*, así como la generación y promoción de sus contenidos estarían orientados a propiciar determinadas dinámicas de trabajo, con la finalidad de que los líderes de las organizaciones puedan hacer más eficiente el funcionamiento de las empresas; el estudio detallado de la cultura del *Management*, permite vislumbrar un alcance mucho mayor de sus principios al circunscrito únicamente al ámbito propiamente laboral en las personas inmersas en dicha cultura.

En este sentido, Aubert y Gaulejac, explican que la cultura de la gestión empresarial, al fundar sus bases en el mérito individual, la movilidad, la adaptabilidad, la comunicación, la motivación, la calidad, la noción de proyecto y auto regulación; termina por sobrepasar el ámbito de la empresa impregnando la familia, la cultura, la educación, el deporte y los medios de comunicación entre, muchos otros aspectos de la vida de los trabajadores inmersos en dicha cultura.

La gestión es una respuesta a estas mutaciones. Propone una serie de prácticas, de valores, de recetas que aparecieron en un primer momento en la empresa privada (sectores de tecnología de punta) y se extendieron rápidamente por todo el tejido social. Es a la vez la respuesta y la consecuencia de los conflictos y las contradicciones que genera la posmodernidad (Aubert y Gaulejac, 2012, p.36).



En este sentido, Simon Cohen es un claro ejemplo en el que se puede constatar y palpar de manera muy clara y precisa, la manera en que él convergen distintos elementos constitutivos del llamado <<hombre managerial>>; caracterizado por la inversión de toda la energía de la que dispone en la empresa, como una manera de escapar al vacío social, a la falta de referencia y de sentido, buscando asegurar, mediante el triunfo en su profesión, la consagración de su existencia (Aubert y Gaulejac, 2012).

En su libro Simon Cohen, a través del relato de su historia y el de su empresa (que si bien no deja de reconocer el esfuerzo de quienes lo han acompañado de dicha trayectoria, incluyendo a su familia), por medio de distintas historias destaca una y otra vez, las dificultades que a lo largo de su vida debió enfrentar y superar, a nivel personal, familiar y de salud, para alcanzar el éxito que como empresario ha obtenido y llevar a su reconocida empresa al más alto nivel:

La empresa empezó un acelerado ritmo de crecimiento, y yo seguía empeñado en el asunto del dinero; quería ser millonario. Por mi mente pasaba `si alguien pudo, yo también puedo, no me voy a quedar en el intento', e incrementé el ritmo de trabajo día con día.

Dejé de dormir bien, muchos días me saltaba la hora de la comida y me olvidé por completo de hacer ejercicio. Vivía tan cerca de la oficina, que iba 15 minutos a bañar a mis bebés, y regresaba a terminar lo que había dejado pendiente. Mi única obsesión era trabajar (Cohen, 2021, p.60).

También cuenta la forma en que los principios aprendidos, durante su educación familiar y académica, y de su experiencia como deportista de alto rendimiento durante su juventud, dieron forma a lo que él denomina su filosofía personal, como inspiración para la creación del modelo que desarrolló y dio el nombre de *High Performance Happy People*, para aplicarlo en su empresa y orientar también sus relaciones familiares:



[...]el vínculo con mis hermanos pasó por una transformación paulatina que hoy me hace apreciar aquellas horas complicadas como pruebas superadas en equipo. Juntos hemos construido, no solo un Henco sólido basado en valores, sino otras empresas lideradas por ellos en diferentes industrias, y que hoy son un ejemplo de humanismo y productividad. High Performance Happy People está presente en todo lo que hacemos (Cohen, 2021, p. 106).

Se aprecia la forma en que la filosofía y el modelo *High Performance Happy People*, desarrollados por Simón Cohen, intentan establecer formas específicas de funcionamiento y actuación, no sólo al interior de su empresa sino de su vida en general (personal, familiar, pública, etc.), como un modelo a seguir para todos los empleados de su empresa. Intentando de esta manera, forjar en cada uno de sus trabajadores personas con las características del hombre managerial, independientemente del niveles de funcionamiento dentro de la empresa en el que se desempeñen, así como en los distintos ámbitos de su vida.

Desde que nació Henco nos esforzamos en que ofreciera a sus empleados la experiencia de pertenecer a una gran familia y eso solo lo lograríamos compartiendo el éxito y los retos, desarrollando relaciones humanas, construyendo bienestar y preocupándonos de una manera honesta por la gente.

Implementar una cultura de bienestar, plenitud y felicidad, que al mismo tiempo estimule la productividad y un mayor rendimiento significó mucho trabajo, pero desde joven aprendí que el esfuerzo une a las personas, como pasa en los equipos deportivos. No se puede ser feliz con hambre o frío; entre mejor rendimiento tengas, más feliz serás, y entre más feliz seas, mayor rendimiento tendrás. Es un círculo virtuoso (Cohen, 2021, p.141).

Es así como se puede apreciar la manera en que la ética de la excelencia, actualmente constituye “la fundamentación moral de un tipo de sistema que pretende abarcar la totalidad del individuo” (Aubert y Galuejac, 2012, p.18), permitiendo una intensa movilización psíquica, una captación de los deseos individuales y un control permanente de



la adhesión de cada trabajador con alcances que claramente superan el ámbito laboral y los espacios de trabajo, que cada vez se tornan más flexibles y menos delimitados.

Se aprecia la manera en que a partir de la cultura del *Management* -que da vida al discurso capitalista en el que se sustenta-, mediante modelos organizacionales como el de *High Performance Happy People*, se establecen dentro de las empresas modos específicos de gestión de la vida de las personas, que si bien siempre son presentadas como novedades, en realidad no hacen sino responder a los mismo principios constitutivos del << sistema managinario >>, instaurado a través de sistemas “perfectamente coordinados, canalizadores de la energía individual, en el marco de la filosofía ganar-ganar en la que el éxito -de la persona y de la empresa- es el único objetivo a alcanzar” (Aubert y Gaulejac, 2012, p.63); y con ello, a través de la interiorización de los valores, los objetivos y la filosofía de cada organización, por parte de los trabajadores y trabajadoras, generar a una profunda adhesión a la empresa.

La adhesión busca la simbiosis entre el individuo y la organización en dos campos: en el financiero, la empresa pone a disposición de los trabajadores acciones a precios preferenciales [...] pretende así que el individuo se sienta unido al futuro de la empresa [...] El otro campo sería el espiritual o anímico, en el cual la adhesión se logra a través de proyectos comunes, de declaraciones de principios y de actividades destinadas a potenciar los ismos valores, objetivos y la sensación de grupo (Aubert y Gaulejac, 2012, p.65).

De manera que, es posible pensar el tercer pilar del modelo *High Performance Happy People*, llamado por Simon Cohen *Happiness*; al pensarlo como una cultura que basada en la felicidad de las personas que integran la organización, con la intensión de que logren alcanzar los objetivos de rentabilidad y maximización de las ganancias inherentes a la empresa: “La pasión, el alto rendimiento y, por supuesto, la felicidad, eran y siguen siendo nuestro punto de partida” (Cohen, 2021, p.153).



La homogenización parcial de los sistemas de valores y de estilos de comportamiento a través de la ideología del *management*, permite [...] construir un *management* suficientemente homogéneo para hacer posible la orquestación de políticas internas, de reglas de gestión del personal y, sin dudas, de *habitus* profesionales (Luci y Szlechter, 2014, p.23).

En este sentido, cabe tomar en consideración el <<capitalismo de la emoción>> con el que Byung-Chul Han, destaca la diferencia entre sentimiento y emoción, con la intención de resaltar la forma en que el capitalismo, se sirve de las emociones para superar los obstáculos que la razón puede significar a los fines productivos y de rentabilidad propios del capitalismo en la actualidad. En la medida en que mientras que el sentimiento permite una narración contando con “una longitud y una anchura narrativa” (2014, p.66), la emoción no es narrable y por tanto su temporalidad carece de una duración significativa, siendo mucho más fugaz y breve que un sentimiento. De manera que es posible situar la forma en que, tanto la estructura del discurso capitalista como la Cultura del *Management* a la que da lugar, se apoyan en las emociones como un recurso al servicio del incremento de la productividad y el rendimiento.

El régimen neoliberal presupone las emociones como recursos para incrementar la productividad y el rendimiento. A partir de un determinado nivel de producción, la *racionalidad*, que representa el medio de la sociedad disciplinaria, topa con sus límites. La racionalidad se percibe como coacción, como obstáculo. De repente tiene efectos rígidos e inflexibles. En su lugar entra en escena la *emocionalidad*, que corre paralela al sentimiento de libertad, al libre despliegue de la personalidad. Ser libre significa incluso dejar paso libre a las emociones. El capitalismo de la emoción se sirve de la libertad. Se celebra la emoción como una expresión de la subjetividad libre (Byung-Chul Han, 2014, p71).

Se aprecia la lógica inherente a los ‘Hencocongresos’ a los que Simon Cohen hace referencia en su libro. Que consisten en eventos organizados anualmente por la empresa, en los que además de tratar temas relativos a la logística, transportación y los negocios con los



empleados; lo primero que se considera dentro de la agenda de trabajo, según lo narrado en su libro por Simon Cohen, corresponde a todo aquello que se refiere al crecimiento personal. De manera que durante los ‘Hencocongresos’ se llevan a cabo actividades que buscan resaltar los valores de la empresa, por lo que cada noche se realizan con el propósito de agradecer la asistencia y el trabajo realizado a lo largo del día.

Llevamos algún conferencista de superación personal, testimonios de vida que nos hacen valorar lo que tenemos. Procuramos contagiarles a los invitados nuestros valores para que ellos también puedan tener una vida plena. De ninguna manera le restamos importancia a los temas de logística y transportación, que por supuesto, viene después de que logramos conectar con la gente y sensibilizarla.

En esos viajes aprendemos juntos a meditar, a hacer ejercicio, a comer bien, y además sobre logística. Si bien los eventos son un espacio para hacer *Networking*, también nos encargamos de que haya sorpresas personales y de tocar los corazones de los asistentes. En alguna ocasión, para sorprenderlos, previo al evento, le pedimos a los familiares de cada uno que grabara en video un mensaje de agradecimiento y reconocimiento. Llegamos todos puntuales a las 9 de la noche a donde estaba montado un increíble buffet sobre la arena. El sonido del mar y la música de fondo ponían el escenario perfecto para nuestra sorpresa. Al terminar la cena dirigimos unas palabras y proyectamos el video con una música fuerte y emotiva. Mientras lo veíamos, los fuegos artificiales llenaban el cielo de luz y color. Muchos de los asistentes se emocionaron hasta las lágrimas (Cohen, 2021, pp.153-154).

Tanto Simon Cohen (en el sentido más amplio del caso que a partir de su historia), como su modelo High Performance Happy People -puesto en marcha en la empresa de la que él es propietario-, son claros ejemplos de la operación del <<sistema managinario>> inherente a la cultura del *Management*; en la medida en que de una manera palpable y visible, dan cuenta de la permanente promoción y efectuación de la simbiosis entre el individuo y la empresa planteados por Aubert y Gaulejac (2012). Al punto que, específicamente en el caso de Simon Cohen, llega incluso a resultar complicado discernir si la historia que cuenta en su libro “PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el **éxito**, encontró la **felicidad**”,



se trata de la historia de su vida como empresario o de la empresa que dio vida al empresario que hoy en día es Simón Cohen.

El viaje a China en el que tuve el incidente fue pocos meses después, en mayo; para ese momento ya aterrizábamos la idea de que nos vendieran su parte. “2006 y 2007 fueron años muy complicados, en los que vivía inmerso en el estrés. En junio de 2007 fue el viaje a la playa con mi familia, cuatro meses después concretamos la negociación de compra-venta y nos quedamos con el 100% de las acciones. Y en diciembre de 2008 renombramos la empresa. Henco Global, nombre que nace de las sílabas de nuestro apellido: CO-HEN, HEN-CO (Cohen, 2021, p.62).

De todo lo anterior, es posible deducir que el *Management* constituye una cultura y una ideología de la gestión, propias del << sistema managinario >> y << hombre managerial >>, que tienden a forjar estilos de vida adoptados por aquellos sujetos inmersos y capturados por dicha cultura. Además, que dichos estilos de vida corresponden a los principios inherentes al nuevo espíritu del capitalismo, permitiendo el funcionamiento del discurso capitalista, inherente a la cultura del Management, con alcances mucho mayores a los del ámbito laboral y organizacional propiamente dicho. Fortaleciendo de esta forma, el funcionamiento del discurso capitalista; ampliando los márgenes de rendimiento y maximización de las ganancias, al forjar sujetos acordes al sistema que la época requiere para dichos fines.

Se constata la lógica de relación sujeto-empresa, en la que el << hombre managerial >> “que busca en la empresa la realización de sus deseos, sus intereses y sus proyectos [...] extrae de ella los valores y el sentido de su existencia, a través de la gestión de lo imaginario, en la que se *“obtiene la motivación, la energía y la productividad que necesita”* (Aubert y Gaulejac, 2012, p.146).

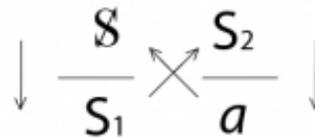
El caso de Simon Cohen y su empresa, constituyen un claro ejemplo de la interacción empresa-sujeto al interior de la cultura del *Management* y la estructura que en tanto



discurso (capitalista) la sustenta. En la que la empresa como producto, a su vez es productora de sentidos y de efectos en la subjetividad de los líderes de las organizaciones, que terminan por constituirse al mismo tiempo en un producto del discurso que estructura la cultura del *Management*; a la manera en que Lacan, al escribir la estructura del discurso capitalista (explicada y desarrollada en este trabajo), muestra cómo el sujeto aparentemente siendo el agente del discurso, termina por quedar reducido al producto del dicho discurso.

El destronamiento de S1 del lugar del agente en el discurso capitalista conlleva la pérdida de la función de fijación y orientación que el mismo cumplía en el discurso del amo clásico. Esta pérdida produce síntomas tanto en el campo de las identificaciones, como en el lazo social y el de la realidad (Soria, 2019, p.149)

## Discurso capitalista



### El Management: Alto rendimiento y malestares subjetivos.

Uno de los aspectos más destacados en la historia que Simon Cohen comparte y considera como una de las principales razones del éxito que ha logrado alcanzar, aunado a la disciplina, tiene que ver con el <<alto rendimiento>>, permanentemente promovido al interior de la cultura del Management; de una manera tan insistente, que es posible apreciar la fuerza de su presencia a partir de la incorporación del sintagma que da nombre a lo que Simon Cohen llama su filosofía personal y la cultura implementada en su empresa: *High Performance Happy People*.



Hoy mi filosofía personal y de empresa es High Performance, Happy People (alto rendimiento, gente feliz), pues es más probable que encuentres la felicidad si tienes un alto rendimiento, que si eres un flojo que no quiere hacer nada. Si estás desempleado y no tienes dinero, ni casa o cobijo, si no posees nada, va a ser muy difícil que seas feliz. Si tienes estabilidad financiera y paz, va ser más sencillo gozar de una vida plena. Es muy complicado encontrar la felicidad dentro de uno mismo, pero es imposible encontrarla en cualquier otro lugar (Cohen, 2021, p.65).

De esta manera, se aprecia la lógica inherente al hecho de que Simon Cohen destaque con tanta insistencia, ante sus lectores y sus oyentes, su historia como deportista de alto rendimiento durante los años de su juventud.

A la natación le debo muchísimas cosas. Aprendí a detectar y controlar la ansiedad, de mis grandes debilidades, que junto con el miedo son mis mayores defectos de fábrica. Me permitió obtener la beca con la que cursé mi carrera en el Tec de Monterrey, una de las mejores universidades de México. Hice muchos de mis mejores amigos y compañeros de vida. Me ayudó a forjar mi carácter de tal manera que supe ver y aceptar el hecho de que mi etapa como nadador había terminado, y logré abrir un nuevo camino para irme convirtiendo en el Simon que soy hoy.

A pesar de que nunca he sido el más alto ni el más corpulento, poco a poco, y gracias a la tenacidad, la disciplina, una fuerte mentalidad ganadora y el empuje que recibí de mis padres, fui acomodándome en los primeros lugares. Campeón nacional en diversas ocasiones, campeón centroamericano, seleccionado nacional por varios años consecutivos, hasta quedar cerca de competir en los juegos olímpicos de Atlanta en 1996. No conseguirlo fue una de las frustraciones más grandes en mi juventud, que resultó al mismo tiempo, en la mejor oportunidad para construir los cimientos de mi vida actual. Todo pasa por algo, por algo bueno, y solo lo llegamos a entender con el paso del tiempo. Regalos disfrazados que nos da la vida (Cohen, 2021, p.38).

La promoción del alto rendimiento y la permanente competencia -inherentes a la cultura del Management y los ideales del nuevo espíritu del capitalismo que la acompañan- al interior de las organizaciones, por medio de los distintos programas de formación, seminarios, talleres y muchos otros, diseñados para los ejecutivos <<líderes de la organización>> y trabajadores administrativos en general, como se puede apreciar, en el



caso específico de Henco, entre otras cosas dan cuenta de la incorporación de un control interno por parte del sujeto. En el que ya no es necesaria la presencia del supervisor que cuantifica el trabajo realizado por cada uno de los trabajadores y trabajadoras pertenecientes a la organización. Sino que por medio de “los intereses y objetivos de la empresa” (Aubert y Gaulejac, 2012, p.66) que el sujeto hace suyos, la empresa obtiene la mejor garantía para el cumplimiento de dichos intereses y objetivos, presentes en los diferentes proyectos a cargo de cada empleado, en los distintos niveles de la organización.

La interiorización de los valores y objetivos de la empresa fuerza al individuo a buscar el éxito y luchar por evitar un fracaso que le aparte, que le haga descolgarse del grupo [...] <<Los directivos han hecho todo lo posible para crear un ambiente gratificante, agradable y positivo para cada empleado, y precisamente por eso, éste sabe que sólo tiene el derecho a triunfar, a ganar-ganar. Está *condenado al éxito*” (Aubert y Gaulejac, 2012, p.67).

Zangaro también destaca dicho control, como un elemento constitutivo del Management y las prácticas a las que da lugar en los distintos ámbitos en los que el sujeto se desenvuelve, dentro y fuera de los espacios de trabajo; al plantear el *Management* como un dispositivo de gobierno, que abarca “tanto las prácticas discursivas como las no discursivas” (2011, p.37) y una tecnología del yo a partir de la cual se establecen modos de hacer y ser al interior de las organizaciones.

A través de los distintos medios de los que dispone el discurso del *Management*, como los contenidos literarios, los espacios y programas de formación para ejecutivos y trabajadores administrativos, talleres, seminarios, entre otros y la cultura a la que da lugar: no sólo se establece un saber-poder en el trabajo y un *saber-hacer*; sino que también se establecen también un *saber-ser*, un saber-poder del trabajador mismo” (Zangaro, 2011, p.53).

Desde nuestro punto de vista, el *management* tiene un carácter eminentemente activo en la conformación del sujeto: conexas las obligaciones que le impone en tanto tecnología de poder (obligaciones heteroimpuestas) con las que promueve



para que el individuo aplique sobre sí mismo en tanto tecnología del yo (obligaciones autoimpuestas en consonancia con las primeras). En este cruce entre heteroimposición y autoimposición de obligaciones entendemos el *management* desde el enfoque ético en el sentido foucaultiano (Zangaro, 2011, p.54).

Es palpable cómo, no sólo se pierde cada vez más la frontera entre la empresa y el trabajador o trabajadora inmersos en la cultura del *Management*, sino la manera en que se tiende a disolver el límite entre las exigencias establecidas por la organización y aquello que el sujeto mismo se propone como sentido y significado, más allá de lo que únicamente concierne al ámbito del trabajo.

Igual que en los entrenamientos de natación en los que me pedían que proyectara mis metas a futuro, visualicé a dónde quería llevar la compañía. Desde el principio, supe que las relaciones personales y el trato positivo a mis compañeros debía ser parte fundamental de la ventaja competitiva de Henco. Tener colaboradores felices es tener clientes satisfechos y, por consecuencia, resultados positivos (Cohen, 2021, p.145).

La promoción incesante del alto rendimiento y la competencia permanente como ideales, en el mundo del *Management*, así como la incorporación de dichos ideales por parte del sujeto, permite la disolución en la distinción entre aquello que la organización demanda y lo que el propio sujeto se exige, en la búsqueda por alcanzar aquello que ya no sabe muy bien qué es y sin embargo determina sus acciones; dentro y fuera de la empresa, así como en su vida en general.

*“This is a great place to work...no es un great place to flojejar”*, así les digo, literal. No debemos confundir una cultura de la felicidad con permiso para no trabajar porque ahí tendríamos un conflicto. Es por eso que High Performance, va antes que Happy People. El alto desempeño es algo que sí podemos enseñar, que tú seas feliz con lo que haces es la consecuencia (Cohen, 2021, p.156).



Se trata de una operación e incidencia del discurso del *Management* sobre la subjetividad de las personas inmersas en dicha lógica, con importantes efectos a nivel psíquico:

La organización suscita, de este modo, la formación de una estructura psicológica conflictual y cerrada donde el placer agresivo, la persecución de un ideal de perfección, la búsqueda de satisfacciones narcisistas y la angustia de perder el amor de la organización se refuerzan recíprocamente. Entonces la organización propone a los individuos, mediante una sobre entrega en el trabajo, un sistema de defensa contra la angustia, angustia que ella contribuye a generar permanentemente (Aubert y Gaulejac 2012, p.228).

Es desde este lugar, que pueden ser pensados los distintos malestares que los trabajadores y trabajadoras pueden llegar a padecer como consecuencia de la incidencia del discurso del *Management* sobre la subjetividad, independientemente del puesto que ocupen. Manifestándose a través de afecciones tanto físicas como psicológicas, a pesar de los grandes beneficios y virtudes que la cultura del *Management* promete a sus seguidores.

En este sentido, el caso de Simón Cohen, también es paradigmático y sumamente ilustrativo. Ya que, a pesar del éxito alcanzado como empresario, no dejan de llamar la atención los altos costos que a nivel subjetivo, físico y psicológico dicho éxito ha implicado, así como la recurrente sensación de vacío a la que suelen hacer referencia los promotores de la cultura del *Management*. Abordándola generalmente, dentro de sus historias de éxito, como dificultades de su pasado que ya han sido superadas; presentándolas como hazañas de superación personal, que finamente terminan por sumarse al éxito profesional alcanzado por los líderes de las organizaciones.

Lo que hasta entonces parecía una historia de éxito, a mi me generaba una sensación de vacío y quería dejar de sentirme así. Pero ¿qué me lo estaba causando?, ¿cuál sería el detonador de esta angustia con pocos fundamentos aparentes? ¿Por qué me sentía incompleto? Unos meses antes habíamos cerrado un excelente trato para comprar acciones de nuestros socios alemanes y ya la empresa estaba en manos de mi familia. Las cifras mostraban crecimiento, a pesar de que la economía global registraba un mal momento en 2009. Estaba rodeado de



un equipo espectacular que cuidaba de mí, de mi familia y de Henco. Todo aparentaba estar bien; sin embargo, poca gente se imaginaba lo que había detrás del empresario `exitoso´ que se sintió amenazado por la vida misma, y se propuso redefinir sus prioridades (Cohen, 2021, p.73).

En este sentido, Miller señala que desde el momento en que la producción tomó las riendas de la civilización, “el sujeto se quedó no tanto relacionado con el objeto del deseo, sino con el objeto del goce, con el plus de goce que supone cierta indiferenciación del objeto” (2015, p.26), de forma que los principios que en la actualidad, orientan las acciones de las personas y en este caso de los líderes de las organizaciones, más que ver con ellos mismos, responde a los ideales del nuevo espíritu del capitalismo, basados en la rentabilidad y maximización de las ganancias. Sin tomar en consideración los efectos que puedan tener lugar a nivel de la subjetividad de cada trabajador. De manera que, estamos “frente a una producción basada en el goce, caracterizada por la indiferenciación del objeto, su cuantificación y, por lo tanto, frente a una manera de gozar que tomó la forma de adicción” (Miller, 2015, p.26).

No se trata entonces de una plena realización de las personas, sino de la promoción e incitación de la búsqueda del éxito por el éxito mismo, bajo el principio de la permanente competencia bajo la forma del alto rendimiento, al servicio de la rentabilidad, el consumo permanente y la maximización de las ganancias a costa del bienestar de los propios sujetos; que, siguiendo la lógica y el funcionamiento del discurso capitalista, que da estructura al *Management*, terminan por quedar reducidos al estatuto de objeto, como el producto desecho de lo que ellos mismos ponen en marcha a través de sus dinámicas de trabajo.

Tenía 33 años y tomaba un número elevado de medicinas, entre ellas un par de ansiolíticos que me tenía como un títere. Le confesé a Tammy que llevaba un año sin sentirme bien, que necesitaba un reinicio. Quería conectarme con la naturaleza y desconectarme de la tecnología y del trabajo. No necesitaba más horas de sueño ligero, mi alma era la que estaba cansada [...] Necesitaba paz, naturaleza, libertad; me urgía tiempo de calidad con mis hijas y con mi esposa, quedarme quieto por un momento sin preocupaciones. Era necesario un despertar del espíritu y comenzar a vivir de nuevo (Cohen, 2021, p.47).



De esta manera, el círculo virtuoso de la filosofía *High Performance Happy People*, al que hace referencia Simon Cohen, construido sobre la base de “tres pilares: *Wellness* (dormir bien, comer sano, y hacer ejercicio), *Mindfulness* (meditación, conexión espiritual, agradecimiento) y *Happiness* (disfrutar la vida, la familia, los amigos, dar, inspirar)” (2021, p.145), revela su estructura y su costado de satisfacción orientada a la producción, rentabilidad y maximización de las ganancias; constitutivo del circuito constitutivo del discurso capitalista, con sus correspondientes consecuencias para la subjetividad de las personas instaladas dentro del funcionamiento de dicho discurso bajo la forma de la cultura del *Management*.

Nieves Soria, explica la instalación de dicha operación a partir de la ilusión de la saturación de la carencia de lo que en psicoanálisis se denomina falta en ser (constitutiva de lo que anima al deseo dentro de una lógica que no es la de la producción ni la rentabilidad), que bajo el funcionamiento del discurso capitalista instala al sujeto dentro de un circuito sin freno, productor de síntomas y padecimientos específicos a la época del nuevo espíritu del capitalismo.

De forma que, el sujeto hace un uso de la falta en ser, del síntoma, como motor del movimiento incesante del mercado, que en su articulación con la tecno-ciencia ofrecerá siempre un nuevo objeto, que dará a cada instante la ilusión de suturar la carencia de ser estructural.

[...] El liberalismo presenta así una doble cara: por un lado, la igualdad de derechos, por otra la libertad del mercado. La flecha que se dirige desde el sujeto hasta el S1 da cuenta de que ahora el sujeto, lejos de situarse como efecto de los significantes que lo determinan, manipula sus S1 -sus marcas-, recurriendo al saber de la ciencia para obtener un goce por



la vía de la tecno-ciencia. Esta operatoria le ofrece al sujeto dividido una ilusión de completud, de poderío yoico, de autoconfiguración (Soria, 2019, pp. 148-149).

Sin embargo, en la medida en que la saturación de la falta en ser constitutiva del sujeto, el deseo y la vida, resulta imposible más allá de la ilusión que el mercado a través de sus distintos productos -de los cuales el *Management*, se puede considerar uno de ellos- le puede ofrecer al sujeto. De manera que la confrontación del sujeto con dicha imposibilidad da pie a considerables crisis y episodios de angustia que, en muchas ocasiones suelen ser cubiertas por el sujeto a través de otro tipo de padecimientos que la mayor parte de las veces terminan por ser reducidos únicamente a su carácter físico, dejando de considerar las implicaciones subjetivas que dichos padecimientos conllevan.

Lo primero que hicimos al llegar al aeropuerto de Monterrey fue ir al hospital a ver al mismo cardiólogo que nos había dado su diagnóstico por teléfono en Hong Kong, quien nos lo confirmó: Wolff-Parkinson-White, aunado a un enorme estrés. Durante un año estuve en tratamiento con el fin de bajar la ansiedad y controlar mi ritmo cardíaco. Estaba fuera de mi control, y eso me generaba más ansiedad. Quería descansar y eliminar el estrés, pero al tratar de desconectarme me sentía más ansioso. Estaba en un círculo vicioso interminable para mí (Cohen, 2021, p.45).

Al respecto Aubert y Gaulejac, explican lo anterior de la siguiente manera:

El sistema psíquico organizacional transforma una *angustia* intrapsíquica ligada a la historia personal del *mánager* en ansiedad ligada a la situación de trabajo propuesta por la organización (miedo al fracaso, temor de no cumplir con sus objetivos...) La empresa coloca al *mánager* en una situación de ansiedad permanente, al tiempo que le proporciona los medios para combatirla mediante modos de funcionamiento a la vez útiles para la organización y defensivos para el individuo. Esta tensión provoca una excitación, y es la búsqueda de esta excitación lo que provoca la intensidad del placer. Cuando la excitación deja de estar presente, se corre el riesgo de que surja la angustia. Para luchar contra este riesgo, el *manager* se entregará totalmente a su trabajo, a la competición, a la acción. Este trabajo llega a ser entonces una especie de droga, una necesidad psíquica (2012, p.249).



Se aprecia la dinámica en la que Simón Cohen en tanto sujeto, sin percatarse de ello y aunque pueda ser aparentemente de forma diferente, se encuentra instalado en el mismo punto de inicio del que intentó salir y cree haber superado. Y cómo es que al haber comenzado el recorrido de su `nueva` historia -a partir de una crisis provocada por la sobrecarga de trabajo-, en su búsqueda por algo distinto, sin poderse dar cuenta, más allá de las nuevas formas que pudo desarrollar, termina viviendo bajo la misma lógica inherente a la permanente competencia, productividad y alto rendimiento; que inicialmente dio origen a la crisis personal y los problemas de salud que tuvo a sus treinta y dos años.

Esta filosofía la aplico en mi estilo de liderazgo. Hay tres etapas en las que se forma un líder: la primera es dar lo mejor de ti; la segunda, aprender que cuando estés presente, tu equipo dé lo mejor de sí mismo; y la tercera es que ese comportamiento persista aun cuando no estés presente.

Un buen líder tiene que ser un ejemplo, una persona con pasión. La pasión es increíblemente contagiosa, produce una energía maravillosa. La pasión no es un estado de ánimo, es una forma de ser (Cohen, 2021, p.172).

## CONCLUSIONES

El trabajo de investigación realizado en torno al campo del *Management*, su cultura, su estructura y la indecencia sobre la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras que realizan su actividad laboral en el ámbito administrativo, mostró un alcance significativo, en términos de los aportes a los que puede dar lugar, en relación a los elementos constitutivos de la cultura del *Management* en el mundo del trabajo y la sociedad actual.

Dicha investigación se propuso realizar una aproximación al campo del *Management* en el mundo del trabajo, formulado como un discurso ideológico acorde a la lógica y a los fines inherentes al actual capitalismo, a partir de los cuales hoy en día se establece la organización de los procesos productivos y las actuales formas de gestión del trabajo, incidiendo de diferentes maneras en la subjetividad de los trabajadores y trabajadoras, de distintos niveles de gestión en el mundo laboral,



inmersos en lo que a partir de la investigación fue posible establecer como una cultura específica que cobra vida a partir del *Management*.

Los hallazgos obtenidos permitieron situar alcances, no sólo en lo que a la incidencia sobre los trabajadores el *Management* puede llegar a tener, sino también respecto a la cultura que constituye; tendiendo así, a forjar estilos de vida específicos en las personas, que no se circunscriben únicamente a los espacios de trabajo ni en los trabajadores de los niveles de gestión de gestión laboral más altos al interior de las empresas. Sino que encuentra alcances en la sociedad y en la vida de las personas en general.

En lo que al supuesto inicial de la investigación se refiere, formulado a través de la propuesta de abordar la estructura del *Management* y su incidencia sobre la subjetividad, a partir de lo que el psicoanálisis de orientación lacaniana pudiera representar un aporte; desde el cual el *Management*, fue planteado como una estructura a fin a lo que Lacan dio en llamar el Discurso Capitalismo; los distintos abordajes realizados a lo largo de la investigación, permitieron constatar que efectivamente el *Management*, en tanto ideología se encuentra conformados por los principios inherentes al discurso del capitalismo, que en el campo de las ciencias sociales, también ha sido denominado como el <<nuevo espíritu del capitalismo>>.

De manera que el *Management*, en tanto discurso constitutivo de la gestión empresarial, representa un campo establecido que da lugar a una estructura que reproduce y da vida - tanto en sus principios como en las prácticas concretas y la ideología en la que se apoya-, al espíritu del capitalismo, estableciendo una cultura a partir de la cual se transmiten y establecen formas ideales de pensar, actuar y vivir, bajo el imperativo de la maximización de las ganancias y la obtención de la mayor rentabilidad posible. Dando lugar a una industria portadora y transmisora de los principios inherentes al nuevo espíritu del capitalismo, bajo la forma de programas de formación que da vida a una cultura, que termina representando un papel fundamental en la configuración de estilos de vida en la personas; destinados a



alimentar el movimiento y la vitalidad del espíritu del capitalismo dentro de la sociedad en general, con alcances que superan los límites inherentes al campo del trabajo y organizacional propiamente dicho. Fortaleciendo y reforzando el funcionamiento del Discurso Capitalista, intentando ampliar el rendimiento y la maximización de las ganancias, al forjar sujetos reproductores del sistema que el nuevo espíritu del capitalismo requiere.

De esta manera el Management, constituye una de las formas en que la estructura del Discurso Capitalista cobra vida, dando lugar a una cultura que pone en marcha un movimiento continuo y permanente sin freno. En el que el sujeto -aparente agente del discurso-, termina por quedar reducido al estatuto de objeto desecho, manifestándose en la vida diaria de los trabajadores a través de distintos malestares físicos y psíquicos que, frecuentemente padecen a pesar de las virtudes y promesas de felicidad en las que la promoción de la cultura del *Management* se sostiene.

Con ello, coherente a la lógica y funcionamiento del discurso capitalista, el sujeto termina instalado en un circuito sin freno, productor de síntomas y padecimientos específicos a la época del nuevo espíritu del capitalismo, tales como crisis emocionales, episodios de angustia, ansiedad, depresión, insomnio, ataques de pánico, sensaciones de vacío, entre muchos otros.

Sin embargo, más allá de los supuestos iniciales que el trabajo de investigación, permitió constatar, a través de distintos medios de aproximación a la cultura del *Management* (observación participante, autoetnografía, análisis documental e historia de vida); el trabajo que se llevó a cabo, dio lugar a distintos hallazgos de suma importancia, cuya aproximación y estudio detallado, podrían constituir significativos aportes a los Nuevos Estudios Laborales.



## El *Management* y sus alcances en la concepción del mundo, el tiempo y el espacio.

La aproximación al campo del *Management*, realizado en el presente trabajo de investigación, permitió constatar el importante alcance que su cultura tiene dentro de la sociedad hoy en día. Fue posible constatar cómo los principios de los que el *Management*, en tanto estructura social ordenadora y transmisora de una cultura específica, se transmiten de manera general con una fuerte tendencia homogenizante, que deja de lado aquellas especificidades inherentes a los distintos ámbitos del trabajo. Dejando ver una aproximación general y una falta de especificidad de los contenidos que se ofertan en los espacios de formación y actualización para ejecutivos; obviando así las particularidades geográficas, culturales, políticas y económicas de cada región, con la intención de transmitir una única concepción del mundo, que no es otra que la del nuevo espíritu del capitalismo.

El tiempo y el espacio, también cobran una particular concepción dentro del campo del *Management*, que responden a las concepciones y necesidades del espíritu del capitalismo al que su cultura da vida. De manera que, el tiempo a vivir y en el que se pretende que se desenvuelva la existencia humana, no es otro que el futuro, en el que las personas son invitadas a guiar y orientar sus acciones, independientemente de lo que realmente acontezca en su presente. Instaurando, de esta manera, en las personas inmersas dentro de la cultura del *Management*, el ideal por una búsqueda permanente y un incremento incesante en la productividad de su desempeño laboral y en su vida en general, bajo la promesa de un mejor mañana.

En cuanto al espacio, el *Management* y su cultura, constituye una espacialidad social de hiperconexión, dispersa físicamente pero culturalmente homogénea, en la medida en los mismos valores son transmitidos y puestos en juego, una y otra vez. Con ello, el mismo evento puede tener lugar al mismo tiempo en distintos lugares, en los que el espacio de



trabajo y las prácticas empresariales, no se circunscribe dentro de una misma organización ni dentro de un mismo lugar. La interacción entre personas, la transmisión de contenidos y la realización de un mismo evento, que a la vez son varios, muestra de manera palpable la transversalidad y coexistencia de la simultaneidad espacial, inherente a la cultura del *Management*.

### Vida cotidiana y Estilos de vida.

Por otra parte, uno de los hallazgos más importantes en relación al *Management*, tiene que ver con el alcance que en términos culturales puede llegar a tener en la actualidad. Ya que a pesar de que en principio y de acuerdo a sus orígenes, el *Management* constituye una disciplina de formación orientada a la gestión de los procesos de trabajo al interior de las empresas; lo cierto es que ha dado lugar al desarrollo de toda una industria productora de contenidos que tienen a forjar estilos de vida, incidiendo en la vida de las personas, más allá del ámbito propiamente laboral y de los espacios de trabajo. Estableciendo así, en las personas inmersas en dicha cultura, formas de pensar y pensarse en la vida; prescribiendo formas específicas de actuar y promoviendo la adhesión a modelos normativos inherentes a la cultura constitutiva de las organizaciones. Que terminan dando lugar a estilos específicos de vida, acordes a la lógica del mercado, el consumo y la máxima rentabilidad; incluso a costa del propio bienestar de las personas.

Además de la potencia con la el *Management* que cuenta, en tanto discurso e ideología, el alcance que tiene su cultura, se puede explicar a partir de la transformación que a partir de finales de los años setenta y principios de los ochenta ha tenido el mundo del trabajo, al pasar de una organización propia del modelo fordista a la de toyotismo, caracterizada por la flexibilidad que este modelo introdujo, en términos de tiempo, espacio y relaciones.



También, fue posible situar a partir del trabajo de investigación, como una de las características más importantes y constitutivas de la cultura del *Management*, la permanente promoción que -en todos sus contenidos y sus distintas variantes-, se lleva a cabo del alto rendimiento como uno de los principales ideales a ser incorporados por las personas inmersas en su cultura. En el que, bajo el imperio de una filosofía de la exigencia de dar cada día más, se desprenden prácticas que conllevan significativas consecuencias y costos en los sujetos, que terminan por traducirse en importantes afecciones a nivel psíquico que suelen manifestarse también malestares de carácter físico.

Así, la incitación de desarrollo personal y la permanente búsqueda de las personas por ser mejores, constituye uno de los elementos más importantes y principales motores del funcionamiento del discurso capitalista al que la cultura del *Management* es solidaria.

A la promoción del alto rendimiento, también se asocia el particular uso del lenguaje que se suele hacer al interior de la cultura del *Management*, cargado de un fuerte carácter bélico y de dominio, sobre situaciones concretas de la vida, los pensamientos y las emociones de las personas. Quienes, de acuerdo a los ideales propuestos por esta cultura, habrán de saberse sobreponer a las distintas problemáticas que el día a día, tanto en el ámbito laboral como de su vida en general, les pueda plantear.

De acuerdo a los ideales del *Management*, las personas deben de contar con una mentalidad poderosa que les permita sobreponerse a cualquier adversidad emocional o afectiva, sabiéndose adaptar a cualquier entorno, por más hostil que pueda llegar a parecer. Haciendo de los entornos de guerra (mundo VUCA, por sus siglas en inglés), el ejemplo paradigmático de los que las personas deben saber sobrellevar en su día a día, por más volátil, incierto, complejo y ambiguo que pueda parecer. Introduciendo de esta forma, una vez más a las personas, en una lógica desenfrenada propia del discurso capitalista, en la que



el sujeto reproductor de dicho discurso termina por resultar el desecho del mismo al no lograr sobreponerse al estrés y la permanente exigencia a la que dichos ideales dan lugar.

### **Concepción del sujeto como organismo biológico, pensamiento y cognición.**

Por otra parte, dentro de los hallazgos más significativos que la realización de la presente investigación permitió llevar a cabo, se refiere al modelo imperante y la concepción del sujeto, que se tiene dentro del campo del *Management*, en el que las personas inmersas en dicha cultura son tomadas en consideración en sus aspectos más pragmáticos y susceptibles a ser rentabilizados. Como lo pueden ser los procesos biológicos; sueño, alimentación, condición física, respiración, entre otros, a partir de lo cuales se pretende regular sus niveles con el objetivo de incrementar su rendimiento, en pos de una mayor rentabilidad de sus vidas, al ser más productivas y con mayores capacidades de consumo. Alimentando y dando movimiento de esta forma, al funcionamiento del sistema inherente al discurso capitalista y los principios propios del nuevo espíritu del capitalismo.

De esta forma se observa también, la reducción operada en la concepción sobre las personas que se configura al interior de la cultura del *Management*, en lo que a la dimensión subjetiva se refiere. En la medida en que las personas son concebidas en términos puramente cognitivos, cuyo sistema de pensamiento siempre es susceptible a una programación más adecuada a las circunstancias necesarias para incrementar la capacidad productiva de las personas dentro del ámbito de la empresa y la vida en general.

Por lo tanto, desde la cultura del *Management* y el sistema al que da vida, bajo la lógica del discurso capitalista, se busca establecer estilos de vida diseñados a partir de la promoción e implementación por parte de las personas de hábitos y acciones concretas, cuyo resultados en la vida, dependerán únicamente de cada persona, siéndole ajena cualquier



contingencia o situación externa; en la medida en que cada persona, al estar constituida de un sistema cognitivo de pensamientos y funciones biológicas regulables, siempre un mejor estado físico, psíquico y emocional será posible.

### **Lógica del Management: discurso, ideología, cultura y estilos de vida orientados a la producción y la maximización de las ganancias.**

Partiendo de la premisa confirmada en el presente trabajo de investigación, en relación al campo del *Management*, concebida como una ideología cuya estructura comporta la lógica de lo que Lacan planteó en términos del discurso capitalista -que da lugar a una cultura en la que los principios propios del nuevo espíritu del capitalismo, son transmitidos a partir de los contenidos a los que la industria del *Management* da lugar-, es posible constatar que los alcances de las prácticas promovidas desde dicho campo, exceden por mucho los ámbitos propiamente laborales y los espacios de trabajo.

En este sentido, uno de los elementos más importantes, además de la concepción del sujeto en tanto organismo y sistema reducido a lo meramente cognitivo, tiene que ver con el empleo y la capitalización que en el *Management* sobre el factor emocional. En la medida en que la narrativa, desde la que los contenidos del *Management* se suelen transmitir, se apoya directamente en el factor emocional; apelando al estado más primitivo de las personas, al servirse de las emociones como uno de los principales puntos de apoyo, con el que se busca que la persona intente superar los obstáculos que se le presenten, frente a la a los fines productivos y de rentabilidad que la cultura del *Management* conlleva.

Por lo tanto, el *Management* constituye una ideología que da lugar a una cultura de la gestión no sólo de los sistemas productivos y procesos del trabajo, sino de la vida en general de las personas más allá del ámbito del trabajo. Tendiendo a forjar estilos de vida en aquellos sujetos inmersos en la cultura del *Management*, fortaleciendo el funcionamiento del discurso capitalista y ampliando así los márgenes en términos de rendimiento y



maximización de las ganancias, al forjar sujetos adecuados a las necesidades e intereses propios del espíritu del capitalismo.

De manera que, la promoción incesante del alto rendimiento y la permanente competencia como ideales, en el mundo del *Management*, tiende a instituir un control interno por parte del sujeto en su vida en general. Que disuelve la frontera entre la empresa y el trabajador, así como el límite entre las demandas establecidas por la organización y aquello que el propio sujeto se exige, a partir del sentido y el significado que le atribuye a su vida en general que, en muchos casos, termina por ser entregada casi en su totalidad al sistema operado por el discurso capitalista a través de la empresa.

Así, también es posible constatar la disolución e inexistencia de la frontera entre el agente en la estructura del discurso capitalista y su producto, en la medida en que si bien, aparentemente el sujeto representa el agente que opera el funcionamiento del discurso a través de sus intereses y aspiraciones en la vida, depositadas en el deseo de un éxito profesional; lo cierto es que el sujeto constituye el producto-desecho en dicho funcionamiento, manifestándose a través de los distintos malestares psíquicos, emocionales y físicos, que los sujetos inmersos en la cultura del *Management* suelen padecer; a pesar de las virtudes y promesas de felicidad que la adhesión a dicha cultura promete.

Por lo tanto, se constata que la cultura del *Management*, además de no circunscribirse a los procesos productivos y organización del trabajo, pese a su narrativa y lo que explícitamente se transmite en sus contenidos; no tiene por objetivo la plena realización de las personas en la que desde su campo tanto se insiste, sino la promoción e incitación del éxito profesional como ideal de la cultura, en la medida en que acompañado de los principios de la permanente competencia y el alto rendimiento, constituyen los principales motores



puestos al servicio de la rentabilidad, el consumo y la maximización de las ganancias, a costa del bienestar de los propios sujetos.



## BIBLIOGRAFÍA

- Alonso Luis Enrique & Fernández Rodríguez (2013). Lan Harremanak. Revista de relaciones laborales. España: Universidad del país Vazco. Recuperado de [http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Lan\\_Harremanak/article/view/10533/9779](http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Lan_Harremanak/article/view/10533/9779)
- Ansermet, F. (2019). Todo junto, todo al mismo tiempo. En *Incidencias clínicas de la carencia paterna: ¿Cómo se analiza hoy?*. Buenos Aires: Grama.
- Aubert, N. y Gaulejac, V (2017). El coste de la excelencia. Oviedo: Sapere Aude.
- Bénard Clava, S (2016). Atrapada en provincia. Aguascalientes, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Bauman, Z (2000). Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Barcelona: Gedisa.
- Boltansky y Chiapello. (2002). El nuevo espíritu del capitalismo. España: Akal.
- Byung-Chul Han (2014). Psicopolítica. España: Heder.
- Castel, R. (2004). *La inseguridad social*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Cocoz, V. (2021). Nuevas formas del malestar en la cultura. Buenos Aires: Grama.
- Carrillo, J (2010). Retos y Prácticas de la Sociología del Trabajo en México: Entre paradigmas globales y desarrollo locales. En Observatorio Laboral. Revista Venezolana. Vol. 3, No. 6. Universidad de Carabobo.
- Charan, R. (2020). WORLD FORUM 2020.
- Chomsky, N (2017). ¿Quién domina el mundo? España: Ediciones B.
- Cohen, S (2021). PLENO: Los secretos de un empresario que buscando el éxito, encontró la felicidad. México:Tack Boutique.
- Coleman, J. (2019). ¿No encuentras tu propósito? Créalo tú mismo. En *Inteligencia Emocional: Propósito, sentido más pasión*. Boston: Harvard



- Coriat, B (1992). *Pensar al revés: Trabajo y organización en la empresa japonesa*. México: Siglo XXI.
- David, S. y Conglenton, C. (2019). *La agilidad emocional*. En *Autoconciencia*. Boston: Harvard Business Review Press.
- De la Garza, E (2009). Los Estudios Laborales en américa Latina al inicio del siglo XXI. En *Revista del trabajo*. Año 3, No. 4. Buenos Aires, Argentina.
- De la Garza Toledo, E. (2016). La transformación de los Nuevos Estudios Laborales en México (1993-2014). En *Estudios Laborales en america Latina: orígenes, desarrollos y perspectivas*. México: Siglo XXI.
- De la Garza, E (2017). Empresas Trasnacionales, discusiones teóricas y alternativas metodológicas para su estudio. En De la Garza, E., Hernández, M. (coords), *Configuraciones productivas y relaciones laborales en empresas multinacionales en América Latina*. México, Gedisa-UAM-I.
- Dejours, C. (2014). *Psicopatología del trabajo*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Flesler, A. (2011). *El niño en análisis y las intervenciones del analista*. Buenos Aires: Paidós.
- Filippi, G. y Diamant, A. (2010). Entre tener y no tener trabajo: La consolidación del movimiento piquetero. *Cuadernos sociales*, pp. 13-34.
- Flick, U. (2015). *El Diseño de Investigación Cualitativa*. Madrid. Ediciones Morata.
- Freud, S. (1979). El malestar en la cultura. En J. Strachey (Trad.), *Obras Completas: Sigmund Freud* (Vol. 21, pp. 57-140). Buenos Aires: Amorrortu (Trabajo original publicado en 1930).
- Galeano, Ma. Eumelia (2012). *Estrategias de investigación cualitativa*. Medellín: La Carreta.
- Galeano, Ma. Eumelia (2014). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*, Medellín: Universidad EAFIT.



Gaulejac, V. (2008) El costo de la excelencia. Recuperado de:  
<https://sociologiafdtbo.wordpress.com/2013/06/17/vicent-de-gaulejac-el-costo-de-la-excelencia/>

Harvey, D. (2005). Breve historia del Neoliberalismo. Madrid: Akal.

Harvey, D. (2012). La condición de las posmodernidad: Investigación sobre los orígenes del cambio cultural. Buenos Aires: Amorrortu.

Harvey, D. (2014). Diecisiete contradicciones y el fin del capitalismo. Madrid: Traficantes de sueños.

Hedges, K. (2019). Cinco preguntas para ayudar a tus empleados a que encuentren su propósito. En *Inteligencia Emocional: Propósito, sentido más pasión*. Boston: Harvard Business Review Press.

Kennedy, C. (1994): Los gurús del management: ideas de los líderes más influyentes del pensamiento empresarial. Barcelona: Actualidad Económica.

Kojève, A (2003/ 1933-1934). La idea de la muerte en Hegel. Argentina: Leviatán.

Lacan, J (1992/ 1969-1870). El seminario de Jacques Lacan: libro 17: El Reverso del Psicoanálisis, 1969-1970. Buenos Aires: Paidós.

Laval C. y Dardot P. La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal. Barcelona: Gedisa.

Lesserre, A (2019). La hidra neoliberal: psicoanálisis, política, época. Bs. As. Grama.

Lefebvre, H. (2013). La producción del espacio. Madrid: Capitán Swing.

López, O. (2014). El *ethos* de los ejecutivos de las trasnacionales: valores sociales en una sociedad que se globaliza. Una trayectoria de investigación (pp.189-2013). Buenos Aires, Argentina: Fondo Editorial Consejo.



Luci, F y Szlechter, D. (2014). La sociología del Management: debates para un campo de formación en Argentina. En *Sociología del Management en la Argentina*. Argentina: Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Mendizábal, I. (2020). "World Business Forum: Remarkers". WOBI

Miller, JA. (1997). Introducción al método psicoanalítico. Buenos Aires: Paidós.

Miller, JA (2015). Todo el mundo es loco. Buenos Aires: Paidós.

Miller, JA (2012). El orden simbólico en el S. XXI: No es más lo que era ¿Qué consecuencias para la cura? Buenos Aires: Grama.

Neffa, JC (2015). Los riesgos psicosociales en el trabajo: contribución a su estudio. Buenos Aires: Centro de Estudios e Investigaciones Laborales.

Pavón-Cuellar, P (2019). El discurso capitalista, su aceleración y el sujeto rezagado. En: David Pavón-Cuellar, Intervenciones Inéditas y publicaciones efímeras. <https://davidpavoncuellar.wordpress.com/2019/09/01/discurso-capitalista-su-aceleracion-y-el-sujeto-rezagado/>

Penalva, C., Alaminos, A., Francés, F. y Santacreu, O. (2015). La investigación cualitativa. En *La investigación cualitativa: técnicas de investigación y análisis con Atlas. ti* (pp.13-33). Ecuador: Pydlos.

Peteiro, J. (2010). El autoritarismo científico. España: Miguel Gómez.

Peters, T. (2003). Re-imagina: La excelencia empresarial en una era perturbadora. Madrid: Perarson Educación.

Peters, T y Waterman, Robert JR. (2017). En busca de la Excelencia. EUA: Harper Collins Español.

Piug, MA. Mario Alonso Piug(Sin fecha). <https://marioalonsopiug.com>

Piug, MA. (2020). WOBI on Resilience. Resumen ejecutivo del material de trabajo proporcionado a los asistentes del evento.

Porter, M (2015). Estrategia Competitiva. México: Patria.



Porter, M. (2020). WOBI on Strategy. Resumen ejecutivo del materia de trabajo proporcionado a los asistentes del evento.

Porras Velásquez, N y Parra D´aleman, L (2018). Efectos de las prácticas de gestión humana en la producción de las subjetividades laborales. En *Perspectivas en Psicología*. Vol. 15, No. 2, pp.15-27.

Saavedra, J (2009). Descubriendo el lado oscuro de la gestión: los critical management studies o una nueva forma de abordar los fenómenos organizacionales. En *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*. Vol. XVII, No. 2, pp. 45-60.

Schejtman, F. (2012). *Histeria y Otro Goce*. En *elaboraciones lacanianas sobre la neurosis*. Buenos Aires: Grama.

Seldes, G. (2019). *Clínica de la urgencia*. Buenos Aires: Diva.

Soria, N. (2019). Síntomas del discurso capitalista. En *Incidencias clínicas de la carencia paterna: ¿Cómo se analiza hoy?*. Buenos Aires: Grama

Stanley, C (2020) WOBI on Strategy.

<https://www.wobi.com/online-events/es/wobi-on-strategy-exclusive-content/>

Trava, Oso (Sin fecha). Cracks Potcast con Oso Trava.

<https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9jcmFja3MubGlic3luLmNvbS9yc3M?sa=X&ved=0CAIQ4aUDahcKEwiY1Zvv34ftAhUAAAAAHQAAAAAQAg&hl=es-MX>

Trava, Oso (Sin fecha). Oso Trava.

<https://osotrava.com>

Trava, Oso (Sin fecha). War Room.

<https://warroom.club.hotmart.com/lesson/qV7yoQo14J/>

Trava, Oso (2021). Reto Gana Tu Mañana.

<https://www.facebook.com/groups/retogananatumanana/announcements>

Zangaro, M (2011) Subjetividad y trabajo: el *management* como dispositivo de gobierno. En *Trabajo y Sociedad. Sociología del trabajo- Estudios culturales- Narrativas sociológicas y literarias*. Vol. XV, No. 16, Santiago del Estero, Argentina, pp.163-177.



Zángaro, M. (2014). La fisiología de la gestión: cerebro y literatura manegerial. En *Sociología del management en la Argentina: una mirada crítica sobre los actores, los discursos y las prácticas en las grandes empresas del país*. Buenos Aires: Fondo Editorial Consejo.

Weatherley-White (2021). World Business Forum: The Incredible Now. WOBI.

Webb, A. (2020). World Bussines Forum: Remarkers. WOBI.

WOBI on Recilience (2020).

<https://www.wobi.com/online-events/es/wobi-on-resilience-mario-alonso-puig/>

WOBI on Strategy (2020).

<https://www.wobi.com/online-events/es/wobi-on-michael-porter/>

WOBI (2020). The Incredible Now. Folleto promocional del Word Business Forum Mexico 2020.

WOBI (2020). Remarkers. Folleto promocional del Word Business Forum Mexico 2020.