

Arte y cultura organizacional. Representaciones del pasado y lo permanente en imágenes de fundadores de empresas argentinas

1. Introducción¹

La intención de este texto es el de presentar determinados aspectos de los elementos y orientaciones que se presentan en las filosofías de empresa, también conocidas como "culturas organizacionales", aunque partiendo desde una perspectiva relacionada con lo artístico acerca de ellas mismas y sus fundadores o dueños. Una organización establece diversas modalidades de comunicación con sus públicos internos y externos, a la vez que construye comportamientos "realizativos" o "performativos" (Austin, 1990): las estrategias generales de información y comunicación, los dispositivos tecnológicos utilizados, los logos y colores predominantes en su diseño, los uniformes, los discursos y las imágenes, entre otras, que no solo apuntan a construir una "idea" sobre ella en el imaginario de una comunidad, sino que estos modos o estilos de comunicación se dirigen a reforzar el sentido de pertenencia de sus integrantes a través de

nuevas categorías tales como la identidad e involucración con la organización y sus objetivos. Tales herramientas hoy están puestas en cuestión a partir de un nuevo paradigma: la Posmodernidad como dispositivo de mercado a escala planetaria, a través del proceso de acumulación flexible. Sus consecuencias: el surgimiento del llamado "precarizado" y sus consecuencias tales como el empleo inseguro, inestable, eventual, la vida en permanente inestabilidad. La imposibilidad de controlar el propio tiempo y el uso de las propias potencialidades (Standing, 2013). De esta forma se expone la contradicción entre la necesidad de una organización de que el empleado se "apropie" de los objetivos organizacionales como si fuera su propio emprendimiento, cuando no solo tal discurso no se corresponde en los hechos concretos, sino que además la misma organización no le garantiza estabilidad en su trabajo alegando un supuesto mejor rendimiento o motivación para poder llevar a los empleados a una performance mayor (Luci, 2016). Solo puede garantizarle incertidumbre, estar a la deriva (Sennett, 2000). Por consiguiente, la "permanencia" en un

mismo puesto durante determinada cantidad de años no es alentada ni bien vista en el modelo capitalista actual, siendo el modelo vigente el reverso exacto de lo que solía suceder hasta los años '90.

En relación a lo artístico, debe aclararse que las manifestaciones del arte y sus diferentes dispositivos (escultura, arquitectura, fotografía, diseño gráfico, etc.) que se muestran aquí corresponden a empresas de origen argentino de tamaño grande (en cantidad de empleados y en volumen de negocios) que aún siguen operando en el mercado, aunque alguna haya sido adquirida por capitales extranjeros años atrás. Asimismo, se hará referencia a organizaciones que dejaron de operar hace décadas, pero que solían ser recordadas por el prestigio y el alto nivel de consideración social que poseían en su momento.

Esta investigación preliminar (en la cual se basa el presente artículo), en donde se intenta establecer una suerte de vinculación entre arte y empresas en términos históricos, fue derivando involuntariamente hacia la construcción de una "historia artística-simbólica" del empresariado argentino en la que

1 El presente artículo es una versión corregida y aumentada de una exposición presentada durante las Jornadas de Estudios en Cultura y Comunicación (IDAES - UNSAM). Buenos Aires, Abril de 2017.

pueden encontrarse elementos posibles de ser relacionados con el estudio de las culturas organizacionales.

2. Relato, Arte y Cultura Organizacional ¿Relación Casual o Causal?

“...La gente quiere escuchar relatos que ya conoce, descubrir personajes familiares y anticipar la acción con temor o placer (...). Hay una clara necesidad de héroes, ya sean cuasi míticos o dotados de algún saber misterioso y especial, por más humanos y reconocibles que parezcan. A menudo se les pide que se eleven por encima de su presente (...) para imaginar un futuro nuevo, para establecer una nueva visión a la que se pueda aspirar, y que de alguna manera parezca alcanzable, aunque a veces sean necesarios el sacrificio y la abnegación...”

ERIC SELBIN (2012).

“...Veo una propensión de mostrar una versión casi angelical de “los Tornquist”, a veces con no muchos puntos de contacto con la realidad. Trabajé 30 años en el Banco Tornquist y me fui en los meses que precedieron a su cierre². Pero en los tiempos (de Enrique Tornquist), digamos que no fue mucho mejor (...). En los años del reinado de los Tornquist (mis primeros años en la entidad) palpé sí en gente de añeja pertenencia a la empresa una visión reverencial de los padres fundadores de la vetusta estructura. Los veían como pundonorosos caballeros que cultivaban con el personal vínculos fraternos, verdaderos benefactores que les daban la dispensa de los puestos de trabajo. Sin embargo (...) palpé un trato de obsesivo menoscabo a quien alentaba sueños de justicia social y una visión del sindicato como si fuera

un monstruo que anidaba en su seno un peligroso engendro colectivo...”

(De un ex trabajador del Banco Tornquist)³

“...Le pido que sea muy cuidadoso cuando escriba y publique comentarios sobre personas que Ud. no conoció o sobre los cuales sabe muy poco (...) Si Ud. trabajó en ese banco (se refiere al Banco Tornquist) durante 30 años y se retiró en el año 2000, solo estuvo en tiempos de “los Tornquist” durante 3 años, cuando era jovencito, y ya hace mucho. Sus referencias al “neoliberalismo” o a un supuesto menoscabo hacia quienes alentarían sueños de justicia social o a visiones monstruosas del sindicalismo son producto de su imaginación. Se ve que nunca conoció bien a mi familia, ni mucho menos a los conceptos empresarios, sociales y laborales que guiaron su gestión al frente de las empresas que tenían a su cargo...”

LUIS FERNANDO TORNQUIST (descendiente directo de ENRIQUE TORNQUIST)⁴

En 1990, el autor de este artículo se desempeñó por pocos meses en la Oficina de Personal de una empresa textil de venta minorista, por entonces muy prestigiosa y tradicional en el interior del país (sus locales solían estar ubicados en los sitios más céntricos de las capitales de provincia). Lo que le llamó la atención a dicho empleado fue que ya en aquél entonces tal lugar parecía estar detenido en el tiempo. El mobiliario, la vestimenta de los empleados,

el trato sumamente formal entre ellos y hacia sus superiores jerárquicos, los modos y costumbres que allí se aplicaban eran más propios de décadas pasadas que de aquél presente. Pero el mayor motivo de asombro fue que en el hall de entrada se encontraba el busto del fundador de la empresa, quien desde el bronce observaba adusta y severamente la vigencia de su propia creación. Esa mirada hacia el horizonte (y hacia el futuro, presumiblemente) se convertía en presencia permanente cuando debía explicarse el porqué de determinadas prácticas que se mantenían invariablemente.

A partir de esta situación “extrema” de años atrás, el autor se propuso investigar cuáles son las representaciones artísticas relacionadas con las empresas, y cuál es su relación con las culturas organizacionales y sus respectivas orientaciones culturales. Para ello, el marco teórico a aplicar en función de los elementos que componen la Cultura Organizacional será el de DEAL y KENNEDY (1985)⁵, mientras que para el concepto de Orientaciones Culturales se tomará como referencia la tipología de Harrison (1972)⁶.

Puede observarse al inicio de esta parte una discusión publicada en un blog de Internet entre dos personas: un ex trabajador del otrora “tradicional” Banco Tornquist, y un descendiente directo del fundador de uno de los grupos económicos más importantes de la Argentina entre fines del siglo XIX

5 Los elementos que componen la Cultura Organizacional son para Deal y Kennedy: el medio ambiente del negocio o de la actividad de la organización, los ritos y rituales, los valores, los héroes, y la red comunicacional de tipo informal.

6 Harrison establece una tipología de cuatro culturas de empresa, las que describe con el nombre de Orientaciones Culturales: Cultura Orientada al Poder y la Autoridad; Cultura Orientada a las Normas y Roles; Cultura Orientada a las Tareas y Resultados; y Cultura Orientada hacia las Personas.

2 Se disolvió en el año 2000 por fusión con el Banco Río de la Plata, luego Banco Santander Río. Desde junio de 2019 adoptó el nombre global de Banco Santander.

3 <http://blogsdelagente.com/losmillonarios/2012/04/13/los-tornquist-y-el-banco-tornquist-el-verdadero-rostro-i/comment-page-1/>. Fecha de posteo: 13/4/2012 (Fecha de Captura en Internet: 1/9/2015).

4 Respuesta de LUIS F. TORNQUIST al texto citado. Para una visión “apologética” del fundador del grupo Tornquist (ERNESTO TORNQUIST), puede consultarse el texto de Acuña y Tornquist (2011).

y mediados del siglo XX. Más allá del debate y de las visiones e impresiones de ambos, pueden destacarse varias cuestiones. En primer lugar, una impresión “idílica” del fundador de la empresa, y por línea hereditaria, de sus sucesores. En segundo lugar, un relato en el cual se le dispensa un trato “reverencial” a los integrantes de la familia fundadora, viéndoselos no solamente como empresarios sino como “verdaderos benefactores” aunque en el marco de una estructura organizacional calificada como “vetusta”.

En ese sentido, es interesante observar cuáles son los imaginarios que se mantienen en las tradiciones orales transmitidas a través de los años con respecto al fundador o a la familia fundadora, a lo que se suma el contacto directo con los obreros y empleados bajo su cargo. En contraste, los dueños de las empresas (o del capital) en el modelo de globalización contemporáneo son más indefinidos o desconocidos para quienes trabajan en ellas, desconocimiento que incluye con frecuencia la localización y producción de las diferentes unidades productivas. Este tipo de gestión se produce por medio de un administrador o gerente general o CEO, o conjunto de personas quienes administran los recursos con un discurso de eficiencia y productividad, pero que no suelen tener participación directa en las acciones de la empresa, ya que se trata de directivos que han sido contratados especialmente para tal función, lo cual implica una diferenciación entre quienes poseen el capital y quienes ejercen el control (los que toman las decisiones de gestión)⁷.

El contrapunto descrito al inicio lleva a plantear ambos enfoques dentro de un marco que Etkin describe como la diferencia que se plantea entre lo discursivo y lo real. Una organización implica la existencia de lenguajes, símbolos, señales e indicadores, los cuales son reconocidos y utilizados por quienes las integran en sus procesos de significación y en la transmisión de mensajes, como parte de lo que se denomina “comunidad discursiva” desde un discurso común legitimador. Pero, al mismo tiempo, a menudo se pretende resolver en la palabra o en el plano de la comunicación aquello que no se cumple en los hechos (Etkin, 2005). Por lo general, cuando se analiza la imagen y los contenidos simbólicos de las organizaciones, suele aparecer una visión apologética de ellas mismas en relación con sus objetivos: un discurso legitimador y rehabilitador de la empresa en donde se fabrica o se brinda un servicio a consumir con gusto y satisfacción (MANGONE, 2005). La empresa es reconfigurada discursivamente como un lugar lúdico, afectivo, divertido y agradable, en donde las políticas empresarias deben ser consideradas como un ámbito “experencial”, en donde “no hay que asustarse por los cambios”⁸. Por consecuencia, la imagen de la empresa (o la imagen que la empresa intenta dar de sí misma) tiene mayor valoración que su mismo objeto social, una especie de simulacro en donde los signos y las imágenes no permiten distinguir qué es lo real y lo imaginario (FEATHERSTONE, 2000).

El concepto de “cultura organizacional” presenta definiciones similares

entre diversos autores. Según Schein (1988), es un “sistema de creencias, conceptos básicos y acciones que comparten los miembros de una organización”, mientras que para DEAL y KENNEDY se trata de “un sistema de reglas informales que explica detalladamente cómo el personal debe comportarse la mayor parte del tiempo, y a su vez (...) permite que el personal se sienta mejor con respecto a lo que hace, de modo tal que es más probable que trabaje más” (DEAL y KENNEDY, 1985). Como puede observarse, no se presentan desde lo conceptual variaciones significativas, aunque sí se destacan diferencias acerca de los elementos componentes de las culturas, los actores sociales relevantes (*stakeholders*) que intervienen en los procesos culturales, los estilos de liderazgo y las dinámicas internas, entre otras.

HARRISON plantea que a menudo el “deber ser” y “lo que es” se solapan entre sí o son —o se las hace aparecer— como coherentes. Como se dijo más arriba, desde el análisis del discurso, lo discursivo y lo real plantean fuertes contradicciones en cuanto a cómo la organización se ve a sí misma, y como sus propios integrantes la ven.

En relación al marco teórico de HARRISON sobre las orientaciones culturales, una de ellas es la cultura orientada hacia el poder y la autoridad, cuyas características son las siguientes:

- Centralización del poder por lo general en una sola persona o grupo de personas.
- El control se ejerce por medio de los canales formales, de arriba hacia abajo.
- Se esfuerza por dominar todo lo que la rodea y por vencer cualquier oposición.
- No quiere estar sujeta a ninguna ley o poder externos.
- Quienes detentan el poder dentro de la organización procuran mantener un control absoluto sobre sus subordinados.

7 El proceso de separación entre los dueños de las empresas y quienes las dirigen comienza en los países más avanzados entre fines del siglo XIX y principios del siglo XX (Boltanski y Chiapello, 2002). Szlechter plantea que en el caso argentino, la separación entre dueños y gerentes asalariados se produjo a partir de la radicación de empresas automotrices durante el

gobierno de Arturo Frondizi (1958-1962) (Szlechter, 2015).

8 “Reconversión Laboral: Un Cambio de Aire que llega a Mitad de la Carrera”. La Nación (Buenos Aires), 29 de Junio de 2015. Versión Web: <http://www.lanacion.com.ar/1805397-reconversion-laboral-un-cambio-de-aire-que-llega-a-mitad-de-la-carrera..>

- Siempre intenta negociar con ventaja, y suele encontrar una justificación para anular aquellos convenios que no le son de utilidad alguna.

Una segunda variante que suele darse en este tipo de organizaciones es una forma de gestión de orientación “paternalista”, la cual se produce en empresas de origen familiar. Entonces, podría decirse que existiría con mayor frecuencia una estrecha relación entre estas representaciones artísticas en empresas con una cultura orientada al poder y la autoridad.

3. El Poder y la Autoridad en las Organizaciones. Su relación con los dispositivos artísticos⁹

Una primera aproximación, si bien es poco frecuente encontrarse con la escultura o el busto de un empresario, es la de definir el concepto de *efigie*. Entonces ¿qué relación existe entre este concepto y la idea de imagen? Según Kantorowicz (2012), la idea de la efigie se correspondría con el momento del interregno (“entre reyes”) durante la Edad Media, o la situación producida entre el fallecimiento de un rey y el advenimiento del sucesor a la corona. Esto implicaba la costumbre de colocar sobre el féretro la representación del rey fallecido con su rostro y vestido con el vestuario real como si estuviera vivo, a modo de persona “ficticia” (*ficta*), a alguien que estaba muerto pero que se lo exhibía de modo visible (:413). De esta misma forma puede interpretarse la representación del busto del fundador de empresa: no solamente como expresión de homenaje, sino además en términos de “presencia permanente”,

⁹ Cabe aclarar que varios de los autores citados en este trabajo hacen mención a los símbolos o a la iconografía en términos de Estado. De todas formas, la intención es realizar una especie de paralelismo entre el poderío de las representaciones visuales en cuanto poder estatal, y las que trata de transmitir un empresario como respaldo de su propia autoridad.

“continuidad” o “supervivencia a pesar de la muerte” (Kantorowicz, 2012), como de los instrumentos que la autoridad posee para proyectar su poder sobre la tierra, especialmente en relación al poder de las imágenes y con las acciones de los hombres. Signo que dirige la acción (Bredenkamp, 2000).

Si bien los casos a desarrollar podrían ser numerosos por el prestigio que ciertos empresarios y empresas tuvieron en su momento, pero que no se incluyeron aquí por cuestiones de espacio (por ejemplo pueden citarse a Enrique Shaw y Otto Bemberg, entre otros), se han tomado tres referencias paradigmáticas en cuanto a la importancia que las respectivas organizaciones le han otorgado a sus fundadores o integrantes de las familias fundadoras. Por esta razón se mencionan a AMALIA LACROZE DE FORTABAT (Loma Negra), ROBERTO NOBLE (Clarín) y AGOSTINO ROCCA (Grupo Techint).

3.1. AMALIA LACROZE DE FORTABAT



Retratos de Amalia Lacroze de Fortabat: Andy Warhol (1980, foto de la izquierda). Alejo Vidal-Quadras (1962, foto central). Alejo Vidal-Quadras (1946, foto derecha).



Fotografía de Amalia Lacroze de Fortabat en su despacho de trabajo (circa 1995). Nótese la representación gráfica en segundo plano (aviones de guerra norteamericanos, presumiblemente F/A-18 Hornet).

Según Rancière: “La fotografía se convirtió en arte explotando una doble poética de la imagen al convertir sus imágenes, simultáneamente o por separado, en dos cosas: en los testimonios legibles de una historia escrita en los rostros o los objetos y de bloques puros de visibilidad, impermeables a toda narrativización y a todo pasaje del sentido” (Rancière, 2011).



Retrato de la familia Fortabat. Puede notarse la disposición espacial: la “mater familias” en el centro de la escena, rodeada por su hija y nietos. En segundo plano y como marco de la fotografía, se observa uno de los cuadros más importantes de la colección Fortabat (Domingo en la Chacra o El Almuerzo, de Antonio Berni). En este sentido ¿la imagen quema? (con lo real, con el deseo, con el brillo, con la audacia, con la memoria) (Didi-Huberman, 2008).



Mausoleo de la familia Lacroze. Cementerio de la Recoleta, Buenos Aires.

3.2. ROBERTO NOBLE (fundador del diario Clarín):



(Foto izquierda) Roberto Noble, fundador y director del diario Clarín (foto derecha con su hija Guadalupe). Según los relatos que circulan dentro de la empresa, Noble tenía por costumbre fotografiarse desde su perfil izquierdo, a la vez que los fotógrafos del diario solían retocarle la nariz en sus fotos. Son escasas las imágenes en donde Noble aparece con su perfil derecho. Sivak describe historias en relación a la exuberancia y enormidad que el propio Dr. Noble pretendía para sí mismo, lindantes en la megalomanía (Sivak, 2013).



Busto de Roberto Noble en la redacción del diario Clarín. Foto del 12 de enero de 1982 (publicada en la portada de la edición del día siguiente). Se destaca la importancia del nombre del diario (escrito en bastardilla y en negrita), y del rol del fundador escrito con mayúscula inicial en el texto.



Placa dedicada a Roberto Noble que estuvo colocada en la Plazoleta Roberto Noble (República de la India y Cerviño, Buenos Aires). La placa metálica fue removida aunque todavía se conserva la estructura de mármol que le servía de marco. Una copia se conserva en el hall de entrada de la SADDRA (Sociedad de Distribuidores de Diarios y Revistas de la República Argentina). Puede observarse a la izquierda y escritas en forma incompleta las palabras que representan los valores morales que el Dr. Noble suponía o creía sostener a través de su obra (Belleza – Justicia – ¿Gardel como sinónimo de Música / Arte? – Cultura – Noble – Amor – Paz).



Mausoleo original de Roberto Noble. Cementerio de la Recoleta, Buenos Aires.

“...A principios de la década de 1960, Noble ordenó la construcción del primer mausoleo familiar en el cementerio de la Recoleta. Socializó el cronograma de actividades que dos veces por año, después de su muerte, conmemorarían su vida. Noble recitaba el nombre de sus asistentes, su ubicación en el evento y aún imaginaba algunas líneas de los discursos póstumos. Una vez al mes convocaba a Jorge Baeza (uno de sus asistentes, para decirle): ‘Vamos a ver la tumba del Faraón’...” (Sivak, 2013: 186). Años más tarde, los restos de Noble fueron trasladados por decisión de su viuda al mausoleo Herrera-Noble, donde se encuentran actualmente.



Mausoleo actual de Roberto Noble y Ernestina Herrera de Noble. Cementerio de la Recoleta, Buenos Aires.



Campaña institucional de la Corporación Techint (2013). No hay fronteras, pero sí hay “centro”: el Kilómetro Cero, que funciona a modo de control y centro de todas las actividades. El “centro del mundo”: ¿una forma “panóptica-planetary” de interpretar al mundo?



Mausoleo de la familia Rocca en el cementerio de Campana (Buenos Aires). El mástil que se observa en la foto es parte de una cruz hecha con tubos de acero elaborados en la fábrica fundada por Agostino Rocca (Dálmine-Siderca, luego Siderca, actualmente Tenaris). Puede observarse un grupo de gente rodeando el mausoleo, lo cual conforma parte de un ritual que suele hacerse desde la fecha del aniversario del fallecimiento del fundador. Siguiendo a Veyne, los ritos y ceremonias expresan por su existencia más de lo que informan por su contenido descriptivo o discursivo (Veyne, 1990).

4. Reflexiones finales

La intención de este artículo ha sido la de poner en perspectiva la relación que existe entre las culturas organizacionales, los elementos de la cultura y las diferentes representaciones artísticas que muestran de modo simbólico los atributos de dicha cultura. Los modos de comunicación simbólica manifiestan las prioridades de la organización, las relaciones de poder, la manera en que la organización se ve a sí misma, etc. En los liderazgos orientados hacia el poder y la autoridad, el concepto de liderazgo dominante implica una impronta en la cual el dueño o líder de la organización deja su registro o “marca” no solo en las actividades cotidianas, sino que esta “presencia” se transmite hacia otros registros que pueden estar vinculados al arte.

Como se dijo más arriba, muy posiblemente estos registros tengan vinculación con la idea de la “presencia permanente” de quien ejerce el liderazgo a través del tiempo, pero no es menos cierto que por lo general este tipo de organizaciones no se llevan muy bien con la complejidad y el cambio de los contextos, aunque sí se adaptan a una rápida toma de decisiones y a la acción en situaciones de riesgo muy altos. En ese sentido el interrogante a responder sería: ¿qué sucede cuando el líder o dueño de la organización sale de escena? ¿Existe previsión de semejante escenario?

La empresa donde el autor trabajó en 1990 cerró sus puertas muy pocos años después. El contexto de negocios había

cambiado en forma tan drástica que no hubo forma de evitarlo. No supo responder adecuadamente a un cambio de paradigma. En 2002 se remataron los últimos rezagos que quedaban del inventario general.

Al día de hoy no se sabe dónde quedó el busto del fundador.

5. Bibliografía

ACUÑA, María y TORNQUIST, Luis Fernando (comp.) (2011): *Aportes de un Emprendedor de Avanzada: Ernesto Tornquist Cien Años Después (1842-1908)*. Buenos Aires, Fundación Victoria Ocampo.

AUSTIN, John L. (1990): *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, Paidós.

BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Eve (2002): *El Nuevo Espiritu del Capitalismo*. Madrid, Akal.

BREDEKAMP, Horst (2000): “Iconografía del Estado: el Leviatán y sus Secuelas”. En *Kritische Justiz. Vierteljahresschrift für Recht und Politik*. (Traducción: Felisa Santos).

DEAL, Terrence y KENNEDY, Allan (1985): *Las Empresas como Sistemas Culturales*. Buenos Aires, Ed. Sudamericana.

DIDI-HUBERMAN, Georges (2008): “La Emoción no Dice ‘Yo’”. Diez Fragmentos sobre la Libertad Estética”. En DIDI-HUBERMAN, Georges; POLLOCK, Griselda; RANCIÈRE, Jacques; SCHWEIZER, Nicole; VALDÉS, Adriana: *Alfredo Jaar. La Política de las Imágenes*. Santiago de Chile, Metales Pesados.

ETKIN, Jorge (2005): *Gestión de la Complejidad en las Organizaciones*. Buenos Aires, Granica.

FEATHERSTONE, Mike (2000): *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires, Amorrortu.

HARRISON, Roger (1972): *La Comprensión del Carácter de las Organizaciones*. Buenos Aires, Instituto IDEA - Escuela de Administración.

KANTOROWICZ, Ernst (2012): *Los Dos Cuerpos del Rey, Un Estudio de Teología Política Medieval*. Madrid, Akal.

LUCI, Florencia (2016): *La Era de los Managers*. Buenos Aires, Paidós.

MANGONE, Carlos (2005): “Algunos Aspectos de las Políticas Culturales”. En *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*. Buenos Aires, Diciembre. N°1.

RANCIÈRE, Jacques (2011): *El Destino de las Imágenes*. Buenos Aires, Prometeo.

SCHEIN, Edgar (1988): *La Cultura Empresarial y el Liderazgo*. Barcelona, Plaza y Janés.

SELBIN, Eric (2012): *El Poder del Relato: Revolución, Rebelión, Resistencia*. Buenos Aires, Interzona Editora.

SENNETT, Richard (2000): *La Corrosión del Carácter. Las Consecuencias Personales del Trabajo en el Nuevo Capitalismo*. Barcelona, Anagrama.

SIVAK, Martín (2013): *Clarín, El Gran Diario Argentino. Una Historia*. Buenos Aires, Planeta.

STANDING, Guy (2013): *El Precariado. Una Nueva Clase Social*. Barcelona, Ed. Pasado y Presente.

SZLECHTER, Diego (2015): *Consentir y Resistir. Las Contradicciones del Mundo del Management de Empresas Transnacionales en Argentina*. Los Polvorines (BA), Ediciones UNGS.

VEYNE, Paul (1990): "Propagande Expression Roi, Image Idole Oracle". En *L'Homme*. Tomo 30, n°114. Traducción de Felisa Santos.