

Nuevo gerencialismo y educación. Las metáforas del discurso empresarial en blogs para educadores

New managerialism and education. Metaphors of business discourse in blogging for educators

Novo gerencialismo e educação. Metáforas do discurso empresarial em blogs para educadores

Amalia Hafner-Táboas,⁴² J. Roberto Sánchez Reina⁴³

Resumen

Este trabajo propone explorar la interacción entre dos campos discursivos: el del gerencialismo y el de la educación. Partimos de la idea de que, en el contexto actual, las huellas del discurso empresarial pueden ser identificadas en el discurso educativo. En esta investigación examinaremos, desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (Fairclough, 2009; Rogers, 2009; van Dijk, 1999), las formas que asume el discurso de educadores que escriben textos públicos. A partir de un corpus de textos recogidos en blogs educativos, identificamos y analizamos las metáforas utilizadas para dar cuenta de la relación entre ambos discursos. Partimos del supuesto de que dichas metáforas se articulan en el marco del discurso *nuevo gerencialismo* (Alonso y Fernández-Rodríguez, 2013; Boltanski y Chiapello, 2002;

⁴² Amalia Hafner-Táboas (Argentina). Departamento de Comunicación. Universitat Pompeu Fabra. amalia.hafner@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5425-0660> Doctora en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Máster en Educación, Lengua y Medios (Universidad Nacional de General San Martín, Argentina). Licenciada en Sociología (Universidad de Buenos Aires, Argentina) y Licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad de Palermo, Argentina). Experiencia en el área de gestión de proyectos para proyectos europeos en el Centro de Supercomputación de Barcelona. Siete años de experiencia en educación en medios, especialmente en programas de capacitación docente en Argentina.

⁴³ J. Roberto Sánchez Reina (España). Departamento de Comunicación. Universitat Pompeu Fabra. roberto.sanchez@upf.edu ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6068-1229> Candidato a Doctor en Comunicación por la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona. Es Máster en Comunicación Social (Universidad Complutense de Madrid) y Licenciado en Comunicación (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla). Investigador en el proyecto I+D+i "Representación Mediática de la imagen corporal (no) saludable" (UPF). Entre sus líneas de investigación destaca el análisis discursivo de los medios y métodos para su abordaje.

Laval y Dardot, 2013) y ponen en evidencia una colonización discursiva del ámbito de la economía al de la educación.

Palabras Clave

Análisis crítico del discurso, *nuevo gerencialismo*, educación, TIC

Abstract

This paper aims to explore the interaction between two discursive fields: that of neo-management and that of education. We assume that, in the current context, the traces of the managerial discourse can be identified in the educational discourse. In this research we will examine, from the Critical Discourse Analysis (Fairclough, 2009, Rogers, 2009, van Dijk, 1999), the discourse of educators who write publically available texts. From a corpus of texts collected in educational blogs, we identify and analyze the metaphors used to account for the relationship between both discourses. We start from the assumption that these metaphors are articulated within the framework of the *new managerial discourse* (Alonso & Fernández-Rodríguez, 2006, Boltanski & Chiapello, 2002, Laval & Dardot, 2013) and show that the discourse of Economics has “colonized” the educational discourse.

Keywords

Critical Discourse Analysis, New management, Education, ICT

Resumo

Este artigo propõe explorar a interação entre dois campos discursivos: o de gestão e educação. Partimos da ideia de que, no contexto atual, traços do discurso empresarial podem ser identificados no discurso educacional. Nesta investigação, examinaremos, sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso (Fairclough, 2009; Rogers, 2009; van Dijk, 1999), as formas assumidas pelo discurso de educadores que escrevem textos públicos. A partir de um corpus de textos coletados em blogs educacionais, identificamos e analisamos as metáforas usadas para explicar a relação entre os dois discursos. Assumimos que essas metáforas são articuladas no marco do *novo discurso da administração* (Alonso e Fernández-Rodríguez, 2013; Boltanski e Chiapello, 2002; Laval e Dardot, 2013) e destacam uma colonização discursiva do escopo da economia por de educação

Palavras-chave

Análise Crítica do Discurso, Nova gerencia, Educação, TIC.

Introducción

A comienzos del siglo XX, Max Weber describió el “espíritu del capitalismo”, enfocando su atención en las razones morales de los individuos para adherirse al capitalismo y, así, darle forma y sostenerlo. Albert Hirschmann, varias décadas después, se centró en las justificaciones del capitalismo en términos del bien común. Ambas dimensiones -tanto la individual como la colectiva- son rescatadas por Boltanski y Chiapello (2002) para analizar el capitalismo como ideología dominante.

El espíritu del capitalismo, desde este punto de vista, no se sostiene como una estrategia de los actores dominantes para subyugar a los dominados, sino que se apoya en el hecho de que las partes implicadas utilizan los mismos esquemas para representar al orden capitalista, con sus ventajas y desventajas (Boltanski y Chiapello, 2002, p. 46). En este sentido, el discurso cumple un rol fundamental, tanto para dar cuenta de estas representaciones compartidas como por su potencial de persuasión.

Uno de los ámbitos privilegiados en el que el espíritu del capitalismo se manifiesta es en el discurso de la gestión empresarial (gerencialismo o *management*), desarrollado por los cuadros empresariales y destinado fundamentalmente a ellos, y es, por eso, fuertemente homogéneo. En estos discursos se materializan las dimensiones individual y colectiva:

La literatura de gestión empresarial debe mostrar de qué modo la manera de obtener beneficios prescrita puede ser deseable, interesante, excitante, innovadora o meritoria. No puede conformarse con articular motivos e incentivos de tipo económico, sino que debe asimismo apoyarse en objetivos normativos que tengan en cuenta no solo las aspiraciones personales de

seguridad y autonomía, sino también la forma en la que estas aspiraciones pueden imbricarse con una noción más general de bien común. (Boltanski y Chiapello, 2002, p. 99).

El discurso del gerencialismo ha sufrido una serie de cambios a lo largo del siglo XX, dando cuenta de las diferentes formas dominantes de acumulación y de sus relaciones intertextuales con otros discursos. El discurso del *nuevo gerencialismo (neo-management)* hace énfasis en cualidades individuales como la autonomía, la espontaneidad, la movilidad, la capacidad rizomática, la pluricompetencia, la convivencialidad, la apertura a los otros y a las novedades, la disponibilidad, la creatividad y la intuición, por ejemplo.

El propósito de este trabajo es explorar la interacción entre dos campos discursivos: el del gerencialismo y el de la educación. Partimos de la idea de que en el contexto actual las huellas del discurso empresarial pueden ser identificadas en el discurso educativo. En esta investigación examinaremos las formas que asume el discurso de algunos educadores que escriben textos públicos -fundamentalmente centrados en la relación entre educación y tecnología- y veremos cómo estos discursos comparten algunos rasgos del discurso del *nuevo gerencialismo*.

Marco teórico

El *nuevo gerencialismo* y la educación

De acuerdo con Popkewitz (citado por Pini, 2003, p.43) una serie de sofisticadas estrategias son puestas en juego para transformar estos discursos mercantiles en ideas colectivas. Esta “colonización discursiva” (Fairclough, 2009) queda de manifiesto, por ejemplo, en los discursos sobre educación, en los que

podemos identificar las huellas del *neo-management* que refuerzan y legitiman el espíritu del (nuevo) capitalismo. Los discursos sobre educación pueden servir como un campo para la exploración de prácticas sociales que dan cuenta de una generalización de modelos más fragmentados e individualistas: el gerenciamiento de sí mismo.

En el marco de estos cambios, la comunicación pública ha jugado un papel relevante. En este sentido, los discursos en torno a la educación han fungido como recursos legitimadores de los cambios en dos estructuras: en el sistema social en el que prima lo privado sobre lo público, y en los sujetos, quienes demandan **acceso y oportunidades** sorteando los cambios estructurales.

Los discursos, vistos desde la complejidad social, son entendidos como interacciones que implican sujetos, acciones, contextos y representaciones. (van Dijk, 1999). En este marco, si bien el discurso gerencial más explícito de épocas pasadas parece haber desaparecido del discurso público de la educación, “las ideologías gerenciales que colonizaron la educación en décadas anteriores permanecen y se revelan en concepciones instrumentalistas y discursos de eficiencia y calidad, tomados como presupuestos universales”. (Pini, 2010).

Análisis crítico del discurso y metáforas

En este trabajo analizamos los discursos que emplean educadores como forma de interacción con otros mediante sus *blogs* personales. Creemos que estos discursos -personales y públicos al mismo tiempo- permiten aproximarnos a las representaciones e imaginarios del campo educativo actual. Así, este tipo de

análisis permite inferir las relaciones y los cambios en sus representaciones y estructuras.

El lenguaje es entendido como una forma estructural mediante la cual se comparte la cultura, se distribuye el saber y el conocimiento. Según van Dijk (1999), el lenguaje es una forma de poder cuya orientación estratégica determina las estructuras, las relaciones, los procesos y los constreñimientos -sociales, políticos y culturales- dentro de un campo determinado: “El poder de un discurso controla los actos de las personas. Define quién puede hablar, sobre qué y cuándo”. (van Dijk, 1994).

De acuerdo con Fairclough (2009), el discurso es una práctica social y, como tal, se configura a partir del contexto del que es parte y, al mismo tiempo, es constitutivo de lo social. En este sentido, el texto en sí mismo, la práctica discursiva -mediante la cual se produce e interpreta- y la práctica social en la que se inscribe, son los elementos básicos de todo discurso. Desde este punto de vista, el rol de la intertextualidad es central, ya que los discursos dialogan entre sí y los elementos compartidos sirven para dar cuenta de estas relaciones intertextuales.

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) es una herramienta conceptual y metodológica que hace posible explorar la implicación social y política del lenguaje. De acuerdo con van Dijk (1999), el ACD permite indagar estas relaciones a partir de cuatro dimensiones que -en el marco de esta investigación- tratamos de la siguiente manera.

Figura 1. Dimensiones sociales y políticas del lenguaje



Fuente: Elaboración propia con base en Van Dijk.

Lakoff y Johnson, en su texto *Metaphors We Live By* (1980), pusieron de relieve el rol de las metáforas conceptuales, iniciando así una importante tradición de análisis de metáforas en el discurso público. Los autores definieron la metáfora de forma diferente a la perspectiva retórica clásica, al afirmar que es una propiedad del pensamiento y no un mero recurso del lenguaje. Las metáforas convencionales utilizadas por una cultura dada están en constante diálogo con su particular forma de entender el mundo, y por ello, se constituyen en objetos de estudio de especial interés para el análisis del discurso.

Las metáforas construyen semejanzas entre dos dominios de significado diferentes y, al hacerlo, imprimen algunos elementos del dominio fuente en el dominio meta. En este proceso, algunos elementos son puestos de relieve. De acuerdo con Lakoff (1987), estos traslados de elementos son denominados implicaciones (p. 384). La identificación y el análisis de las metáforas presentes en

discursos suele ser abordada mediante la metodología del *metaphor analysis*, que presta cuidadosa atención a las implicaciones que el dominio fuente imprime -o podría imprimir- en el dominio meta. En este sentido, consideramos que el análisis de metáforas puede constituirse en un abordaje de sumo interés para explorar las relaciones entre ámbitos discursivos diferentes, en un contexto en el que los discursos mantienen relaciones intertextuales entre sí.

El ACD ha centrado su atención en diversos elementos presentes en una variedad de discursos, incluyendo el educativo (Rogers, 2009). Si bien esta perspectiva de análisis discursivo no se ha centrado tradicionalmente en el análisis de metáforas (Hart, 2008), algunos investigadores han trabajado discursos vinculados con el ámbito educativo desde esta perspectiva (Gatti & Catalano, 2015; Johnson, 2005).

Considerando la dimensión social de los discursos y las implicaciones de las metáforas, este trabajo tiene como objetivo explorar las huellas que el discurso del gerencialismo imprime en los discursos sobre educación, desde la perspectiva del *Critical Metaphor Analysis* (Charteris-Black, 2004; Hart, 2008; Musolff, 2012).

El método implementado por Charteris-Black (2004) sugiere la identificación de metáforas clave (*metaphor keywords*) concebidas como palabras empleadas en sentido figurado dentro de un corpus de textos seleccionado. Posteriormente, analiza la presencia de dichas metáforas en la totalidad de textos con el fin de obtener datos cuantitativos; es decir, la frecuencia con la que aparecen. En esta línea, de acuerdo con el autor, las metáforas que presentan una mayor frecuencia ilustran las metáforas convencionales, y reflejan las estrategias retóricas que dan

cuenta de la ideología subyacente en el corpus estudiado. Finalmente, Charteris-Black (2004) formula analizar cualitativamente el contexto en el que se produce la metáfora, y evaluar, a partir de éste, el dominio fuente utilizado para esclarecer en términos positivos o negativos el dominio meta.

En el marco de un ejercicio de *Critical Metaphor Analysis* sobre un limitado corpus de textos obtenidos de blogs, proponemos abordar los siguientes objetivos:

- √ OE1. Identificar las metáforas presentes en un corpus de textos que educadores publicaron en sus blogs personales;
- √ OE2. Analizar la influencia del discurso del *nuevo gerencialismo* en el corpus de textos seleccionados.

Metodología

Para el presente análisis hemos seleccionado los discursos que educadores comparten de forma pública a través de sus blogs. El corpus se compone de un total de 76 textos (entradas de blogs) publicados durante el mes de abril de 2016 en los *blogs* recomendados por la revista española especializada en educación y TIC *Educación 3.0*.⁴⁴ Cabe destacar que estos *blogs* se distinguen por ser un tipo de discurso “de educador a educador”, profesores que comparten sus experiencias, percepciones, opiniones y recomendaciones sobre la enseñanza.

En este trabajo, las metáforas identificadas fueron catalogadas según una taxonomía descriptiva que dio lugar a cinco categorías de metáforas conceptuales:

1. La educación es una empresa.

⁴⁴ 20 blogs docentes que no te puedes perder, *Revista Educación 3.0* Recuperado de: (<http://www.educacionrespuntocero.com/recursos/blogs-docentes-no-te-puedes-perder/34517.html>)

2. Los docentes y estudiantes son emprendedores.
3. Los docentes y estudiantes son gestores.
4. Lo nuevo es mejor.
5. El aprendizaje es el éxito.

La metodología utilizada para analizar el corpus de documentos parte de la técnica implementada por investigaciones centradas en el *metaphor analysis* (por ejemplo, López-González, Guerrero-Solé, Estévez & Griffiths, 2017). En primer lugar, identificamos las metáforas presentes en los textos estudiados; es decir, señalamos todas aquellas expresiones en las que las palabras fueron utilizadas en sentido figurado, no literal. Contando de esta manera con una muestra de n=389 metáforas como unidades de análisis.

Posteriormente, sobre este listado de metáforas, seguimos los pasos presentados en investigaciones que analizan corpus de textos desde la perspectiva del *Critical Metaphor Analysis* (Charteris-Black, 2004; Johnson, 2005). De este modo, identificamos para cada una de las metáforas el dominio meta; es decir, nos preguntamos qué concepto procuraba definir la metáfora analizada. A continuación, señalamos qué dominios fuente servían a los autores para construir la metáfora en cuestión.

Por ejemplo, uno de los textos analizados contiene la frase “optimizar el rendimiento de la creatividad”. En este caso, el dominio meta es la *creatividad* y, para definirla, se utiliza como dominio fuente un proceso de producción: el *rendimiento* apunta hacia la utilidad de una cosa en relación con lo que se ha

invertido en ella y la *optimización* señala en la dirección de la obtención de los mejores resultados posibles.

En función de esta evaluación, construimos una taxonomía de metáforas conceptuales, mediante la cual categorizamos las metáforas identificadas. El análisis se llevó a cabo por los autores/investigadores de forma separada, analizando individualmente un primer corpus de textos y metáforas para discutir posibles sesgos y establecer un protocolo de análisis para atender posibles incidencias.

Finalmente, la categorización de las metáforas se estructuró por bloques temáticos, siguiendo los criterios de la Teoría Fundamentada (*The Grounded Theory*) (Glaser & Strauss, 2017). Se partió del análisis inductivo para la identificación de metáforas y la restitución de categorías atendiendo los campos discursivos y el marco teórico desde el cual se analizaron los textos.

Para el análisis de resultados que presentamos a continuación, centramos nuestra atención en las cinco categorías de metáforas conceptuales que dan cuenta de una relación entre los discursos del *nuevo gerencialismo* y de la educación.

Resultados

A partir del análisis de los textos seleccionados, hemos identificado cinco metáforas que vinculan el discurso educativo con el discurso del *nuevo gerencialismo*:

- 1 La educación es una empresa.
- 2 Los docentes y estudiantes son emprendedores.

- 3 Los docentes y estudiantes son gestores.
- 4 Lo nuevo es mejor.
- 5 El aprendizaje es el éxito.

El formato en el que presentamos las metáforas identificadas sigue el propuesto por Lakoff y Johnson (1980) para la ejemplificación de metáforas estructurales y que ha sido tomado como convención en los estudios de esta línea: ([DOMINIO META] ES [DOMINIO FUENTE]), siempre en mayúsculas⁴⁵.

En las siguientes secciones, ejemplificamos cada una de estas categorías de metáforas conceptuales con fragmentos del corpus analizado. Además, exploramos la relación entre estas metáforas -presentes en los textos sobre educación analizados- y el discurso del *nuevo gerencialismo* descrito por Boltanski y Chiapello (2002) Alonso y Fernández-Rodríguez (2013) y Laval y Dardot (2013).

La educación es una empresa

La palabra ‘empresa’ tiene dos acepciones principales. En la primera de ellas, la se refiere a una tarea que requiere decisión y esfuerzo -de ahí el “espíritu de empresa” que mencionaremos luego-. En este sentido, la educación podría vincularse al concepto. La segunda acepción, en cambio, corresponde al dominio de significado de la economía y se refiere a la “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos” (Diccionario de la Real Academia Española). En este sentido, la empresa se dedica a actividades económicas y, en ese marco, procura que el modo de

⁴⁵ Presentamos las metáforas conceptuales en mayúsculas siguiendo la tradición iniciada por Lakoff y Johnson (1980).

producción sea eficiente para poder obtener el mejor rendimiento posible y, así, maximizar las ganancias. Por eso, la optimización de los procesos se vuelve central. En el corpus de textos analizados hemos identificado algunas metáforas que dan cuenta de esta segunda acepción. En este sentido, los autores de los textos analizados construyen metáforas tomando conceptos como la creatividad, la participación digital y las relaciones interpersonales -siempre en el marco de sus reflexiones sobre la educación-, y los presentan como procesos de producción.

- √ Optimizar el rendimiento de la creatividad. (#1)
- √ La participación digital debe ser optimizada. (#7)
- √ Las pautas efectivas que permitan optimizar de la mejor manera posible las relaciones interpersonales. (#62)

Alonso y Fernández-Rodríguez (2013) definen tres etapas en la literatura del gerencialismo. En la primera, la del “capitalismo sólido”, el control es una dimensión central para alcanzar un mejor rendimiento de los recursos en pos de una mayor productividad. A partir de los años 60 y aún con mayor fuerza en el *nuevo gerencialismo* de los años 80, estos discursos dejan de lado la importancia del control centralizado de los procesos y hacen énfasis en la *personalización* del trabajo. Es decir, la literatura del gerencialismo comenzó a dar por sentado que las personas que formaban parte de las empresas habían cambiado: se los definía como “nómadas que prefieren la creatividad, la flexibilidad y la libertad de trabajo a la estabilidad y las rutinas burocráticas” (p. 136). Al partir de esta premisa, la forma de optimizar y maximizar los recursos recayó en la capacidad de gestión de cada trabajador y no ya en la pericia del jefe para controlar todo el proceso.

Siguiendo a Laval y Dardot (2013) el sujeto neoliberal del que da cuenta la literatura del *nuevo gerencialismo* se comporta de forma coherente con la empresa capitalista; es decir, compitiendo con otros con el fin de maximizar sus resultados. Este nuevo sujeto es “el hombre de la competición y el rendimiento” (p. 358). En este sentido, se identifica a la educación con un trabajo entendido desde el punto de vista capitalista, en el que la eficiencia y el rendimiento tienen un rol central. Se busca la optimización: maximizar los recursos (el aprendizaje, el tiempo, la motivación, la creatividad, las herramientas tecnológicas e incluso las relaciones interpersonales) y minimizar el caos para lograr un proceso más eficiente, que alcance resultados óptimos.

Los docentes y estudiantes son emprendedores

El gerencialismo del sí es una característica que define a la empresa y que se traslada a los espacios educativos a través de la figura del emprendedor. En los discursos analizados, la figura del emprendedor recae tanto en el estudiante, quien debe autogestionar sus “procesos” de aprendizaje y conocimiento aceptando los desafíos y retos, como en el docente, que cambia su rol frente a los estudiantes.

La emprendeduría o el espíritu de empresa es un concepto cercano al campo educativo en la actualidad. Por ejemplo, la Comisión Europea promueve la emprendeduría como una de las competencias clave en su *Skills Agenda for Europe*, adoptada en junio de 2016.³

Entre los textos analizados en este trabajo, identificamos fragmentos que describen el interés que suscita entre algunos educadores la actitud del emprendedor.

La actitud empresarial se caracteriza por la iniciativa, la proactividad, la

independencia y la innovación en la vida privada, social y profesional; y está relacionada con la motivación y determinación a la hora de cumplir objetivos, personales o comunes (#11).

Además, hay educadores que leen textos de *management* y los citan explícitamente en los textos que comparten en sus blogs.

Cita de Nigel Cumberland, experto en *coaching* ejecutivo y formación del liderazgo: [...] si se le niega a un bebé la oportunidad de jugar y después se le lleva al jardín de infancia, donde compite y se le juzga en todo momento, nace el riesgo y esto crea una falta de disposición a asumir riesgos. (#67)

La figura del emprendedor es mostrada como un modelo para estudiantes y docentes, en tanto que asume riesgos y los disfruta. Esta lógica, junto al carácter competitivo del *manager*, acerca el discurso del *nuevo gerencialismo* hacia las metáforas deportivas (Alonso & Fernández-Rodríguez, 2006; Laval & Dardot, 2013). El *coaching* educativo es una práctica que se presenta en esta línea, por ejemplo. Hemos identificado, en el corpus analizado, metáforas en las que se construye una identificación entre educadores y entrenadores deportivos.

Somos, en muchos casos, entrenadores sin partidos. [...] ¡El partido debe comenzar ya! (#37)

De acuerdo con Alonso y Fernández-Rodríguez (2013) “el deporte es uno de los escasos universos que asocian los valores tradicionalmente opuestos de ‘igualdad’ de oportunidades y de ‘competición’, lo que no deja de reforzar el ideal meritocrático mercantil en el que todos pueden probar suerte, pero donde gana el mejor”. (p. 146)

Los docentes y los estudiantes son gestores

Para poder organizar de forma eficiente los procesos, entonces, los discursos del *nuevo gerencialismo* resaltan la importancia de la gestión, entendida como el

conjunto de acciones que se llevan a cabo para administrar o dirigir una empresa.

En los textos de los educadores analizados aquí encontramos una operación similar a la descrita por los autores que analizan la literatura del gerencialismo, tanto en lo relativo a la gestión de recursos como a la gestión de uno mismo. En estos discursos, para alcanzar los objetivos deseados, es indispensable gestionar tanto los recursos “positivos” -la motivación o la creatividad, por ejemplo- como los recursos “negativos” -el miedo, entre otros-. Ya no sólo se trata sólo de gestionar el aula, entendida como una empresa, sino también de gestionar elementos personales como las emociones, los conflictos y la resolución de problemas.

Gestionar un aula a día de hoy se ha convertido en la gestión de emociones, en la gestión de conflictos, en la gestión de resolver problemas. (#62)

Siguiendo a Fernández Rodríguez (2007), el discurso del *nuevo gerencialismo* vincula la gestión de las empresas con la gestión de sí mismo. De acuerdo con Laval y Dardot (2013), “la gran innovación de la tecnología neoliberal consiste, precisamente en vincular directamente la manera en que un hombre “es gobernado” con la manera en que “se gobierna” a sí mismo”. (p. 337). Las propias emociones, creencias o actitudes son consideradas, en este marco, como adversarios del autogobierno. De este modo, todas las actividades que los individuos llevan a cabo son concebidas como procesos de “valorización de sí”, empresariales en su esencia (p. 340).

Vencer los pensamientos negativos automáticos. ¡Vaya reto! (entrada #58)

El imaginario managerial, desde fines de los años sesenta, apunta a caracterizar individuos que rechazan la idea del control, sino que se sienten atraídos

por el cambio y el riesgo, y son capaces de considerar la gestión, en este contexto, como “excitante”. En los discursos seleccionados para nuestro análisis, los educadores -gestores de sí mismos- abrazan los cambios y rechazan la seguridad y estabilidad de las prácticas pasadas.

La diferencia reside en que mientras algunos lo sienten [al cambio] como la “adrenalina” que opera como el motor de su trabajo, otros lo sienten como un atentado hacia la comodidad de lo conocido. (#29)
[Docentes como] “pioneros” que se animan a dar el primer salto (#30).

Lo nuevo es mejor

El discurso del *nuevo gerencialismo* recurre constantemente a una caricaturización del pasado. Es en contraposición a esa caricatura que define las prácticas deseables.

[...] gente interesada en EL FUTURO, no en el PASADO (#7)

Por ejemplo, al criticar a (la caricatura de) los burócratas, se halaga implícitamente la figura ideal del nuevo *manager*: libre, emprendedor, intuitivo y carismático; y al criticar al trabajo estable, seguro y “aburrido”, se subrayan las virtudes del trabajo flexible, autónomo, creativo, que no teme a los riesgos ni a la incertidumbre.

Sentimos (al sistema) como un elefante que se sienta sobre nosotros con todo el peso de su burocracia y control. (#30)

Los textos sobre educación que analizamos suelen resaltar las críticas a la ‘vieja escuela’, caricaturizada como un sistema burocrático y homogeneizante sin matices, para contraponer esa caricatura a la ‘escuela deseable’, que es definida en términos similares a la ‘empresa deseable’ del *nuevo gerencialismo*, que camina hacia el futuro sin temer al cambio.

La Escuela ha dado la espalda a los cambios históricos y sociales. (#42)

La 'gestión del cambio' es una de las habilidades presentadas como relevantes en estos discursos. De forma análoga a los textos del *nuevo gerencialismo* que destacan la inevitabilidad de los cambios, utilizando metáforas como las olas, el *shock* o la invasión (Toffler, Drucker y Naisbitt, respectivamente, mencionados por Alonso y Fernández-Rodríguez, 2007), los textos analizados hacen énfasis en la inevitabilidad de los cambios provocados por la incorporación de tecnologías digitales.

El progreso no respeta barreras, arrasa en su camino, hace caso omiso a todas las objeciones y, finalmente, logra su objetivo. (#9)

Como este nuevo escenario es considerado como inevitable, solo queda adaptarse a él y entenderlo de forma positiva, porque ¿quién podría oponerse al progreso?

Luchar contra todo lo que conlleva la aparición de Internet es inútil (...) Hay que aceptar el nuevo escenario (#68)

En los discursos analizados, de forma análoga al discurso del *nuevo gerencialismo*, existe un afán catequizador: se presentan ejemplos o modelos a seguir (Fernández-Rodríguez, 2013). Es decir, se caracteriza una forma deseable de ser y actuar en detrimento de otras. Un ejemplo deseable de sujeto presente en estos textos es, como vimos, el del emprendedor.

El aprendizaje es el éxito

En la sociedad postindustrial, el *ethos social* se compone de nuevos ejes en los que el éxito es valor altamente deseable y solo competitivamente alcanzable. Si bien el éxito ya era concebido por los autores del gerencialismo como parte de la

‘cultura del esfuerzo’, en su versión actual, éste se reafirma fuera de la empresa, colonizando los espacios sociales e íntimos.

En el caso de este trabajo hemos detectado que la categoría éxito ha permeado en la educación en la medida que el aprendizaje se adopta como medida conducente al mismo o que, en ocasiones, se solapa. Es decir, los resultados de la educación no se presentan como forma de aprendizaje sino como recompensa.

El éxito toma una dimensión material como si se tratara de un objeto. Y es visto como algo que se puede “alcanzar/tener” a partir de dos posibilidades, la democracia o la meritocracia, percepción que entra en tensión y se resuelve desde la ética del trabajo.

Escuelas “duras”, algunos estudiantes tendrán éxito, mientras que otros no lo harán (# 7).

El aprendizaje-éxito se mide en la eficacia de sus resultados los cuales son objetivados a partir de una (re)producción económica y cultural, de lógica managerial: el rendimiento y la eficacia.

El éxito se mide de forma sumativa (#8).

El éxito escolar se consigue mediante la agencia del profesor como actor directo del sistema educativo. El éxito entendido como crecimiento profesional o desarrollo intelectual se proyecta en una lógica del esfuerzo que interpela a ambas figura en quienes recaen responsabilidades. Este esfuerzo tiene también un componente emocional, el del compromiso a un aprendizaje permanente para conseguir/tener el éxito que a su vez es producto o demanda del mundo laboral.

[...] cumpla de manera eficaz y exitosa (#66)

[...] el éxito de lo que denomino la comunicación emocional (#63)

]...] tener éxito en el mundo laboral (#12)

Discusión y conclusiones

En este trabajo hemos examinado los discursos de *blogs* de profesores con el propósito de demostrar cómo estos comparten rasgos con los discursos del neo-gerencialismo. Hemos partido de la suposición de que, en el contexto actual, las huellas del discurso empresarial se encuentran cada vez más presentes dando lugar a una colonización discursiva del mundo empresarial en el aula (Pini, 2003). A partir del análisis crítico de metáforas desarrollado sobre 76 textos, identificamos 389 metáforas agrupadas en cinco categorías conceptuales sobre las cuales hemos analizado la influencia del discurso del *nuevo gerencialismo*.

En línea de lo argumentado por Alonso y Fernández-Rodríguez (2013) coincidimos en la existencia de una construcción discursiva/social de la (1) *escuela como empresa*. Las metáforas presentes en los textos articulan una definición de escuela orientada a objetivos y resultados, orientados al rendimiento, la optimización de recursos y maximización de los resultados.

La escuela constituida como un espacio empresarial propone una visión de *docentes y estudiantes emprendedores*, agentes proactivos y responsables de sus procesos de aprendizaje. La figura del emprendedor se sostiene en el concepto de sujeto neoliberal (Laval y Dardot, 2013) equiparando las imágenes de profesor y estudiante con las de sujetos entrenadores y practicantes del alto rendimiento.

El emprendedurismo que sugiere este pensamiento empresarial requiere de una visión optimista situada no sólo en el autoconocimiento y el 'hágalo usted mismo'. Los discursos conforman también una visión de (3) *docentes y estudiantes como gestores* de su aprendizaje. Dicha imagen se subjetiviza, y como en el mundo empresarial, el sujeto pasa a ser gobernado por sí mismo: su exigencia, motivación, castigo y recompensa. (Reygadas, 2011). Las emociones, creencias o actitudes pasan a ser adversarias del gobierno del sí. (Fernández-Rodríguez, 2007).

La gestión del cambio es concebida como oportunidad y habilidad en el marco de esta nueva escuela. En ese sentido, el cuarto grupo de metáforas alberga la crítica al pasado, construyendo una visión de una escuela burócrata a la que se antepone la escuela moderna de la mano de la creencia en que (4) *lo nuevo es mejor*, presentando un discurso optimista con respecto al futuro. La organización de este modelo de empresa parece operar desde la visión de empresa post-capitalista (Drucker, 1993), en la que no sólo se desfragmenta la estructura de la escuela sino cada una de sus partes, incluidos los roles de profesor y estudiante.

En el marco de la emergencia de dicha escuela post-capitalista o cuasi-empresarial (Laval, 2004) el éxito se define como un valor altamente deseable. En ese sentido, un último grupo de metáforas recalca en la idea del (5) *aprendizaje como éxito*. Los resultados de la educación se presentan como una recompensa al trabajo, lo cual, como señala Díaz-Gutiérrez (2014), se presenta como una evidencia más de la penetración de la política empresarial en el aula. Como conclusión identificamos un fuerte vínculo entre los discursos analizados y los del *nuevo gerencialismo* (Fernández Rodríguez, 2007). Este género de textos es

marcadamente homogéneo y su grado de reproducción es tal que impregna la opinión pública, incluyendo -como concluimos en este análisis- ciertos discursos sobre la educación. Este proceso da cuenta de una colonización discursiva de una particular perspectiva de la economía al ámbito de la educación (Pini, 2003). En este sentido, resulta preciso sugerir para futuros trabajos analizar la genealogía de las metáforas presentes en este tipo de discursos. Asimismo, consideramos importante explorar los vínculos de las metáforas, en tanto dimensión del lenguaje, con las prácticas en el aula.

Referencias

- Alonso, L. E., y Rodríguez, C. J. F. (2013). *Los discursos del presente: Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*. España: Siglo XXI.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo* (Vol. 13). Ediciones Akal.
- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. Springer. DOI: 10.1057/9780230000612_7
- Díaz Gutiérrez, E.J. (2014) Políticas públicas de educación. Escuela S.A. En Peláez-Paz & Jociles, M. (Eds.) Estudios etnográficos de las políticas públicas en los contextos educativos. Educación, 13.
- Drucker, P. (1993). La sociedad de las organizaciones. *P. Drucker. La sociedad Postcapitalista*, 54-75.
- Fairclough, N. (2009). 'Políticamente correcto': la política de la lengua y la cultura. *Discurso & Sociedad*, 3(3), 495-512.
- Fernández Rodríguez, C.J. (2007). *El discurso del management: tiempo y narración*, Madrid: CIS.
- Gatti, L., & Catalano, T. (2015). The business of learning to teach: A Critical Metaphor Analysis of one Teacher's journey. *Teaching and Teacher Education*, 45, 149-160. DOI: S0742051X14001292
- Gil, L. R. R. (2011). ¿Capitalismo 2.0?: etnografía de una empresa del mundo digital. *Maguaré*, 25(1), 162-202.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.
- Hart, C. (2008). Critical discourse analysis and metaphor: Toward a theoretical framework. *Critical discourse studies*, 5(2), 91-106.
- Johnson, E. (2005). *Proposition 203: A Critical Metaphor Analysis*. *Bilingual Research Journal*, 29(1), 69–84. doi:10.1080/15235882.2005.10162824
- Lakoff, J. (1987). *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1980). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

- Laval, C. (2004). La escuela no es una empresa. El ataque neoliberal a la enseñanza pública. Barcelona: Paidós.
- Laval, C., & Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo*. Editorial Gedisa.
- Lopez-Gonzalez, H., Guerrero-Solé, F., Estévez, A., & Griffiths, M. (2017). Betting is loving and bettors are predators: A conceptual metaphor approach to online sports betting advertising. *Journal of gambling studies*, 1-18.
- Musolff, A. (2012). The study of metaphor as part of critical discourse analysis. *Critical discourse studies*, 9(3), 301-310.
- Pini, M. (2003). *Escuelas charter y empresas: un discurso que vende*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Pini, M. E. (2010). Análisis crítico del discurso: Políticas educativas en España en el marco de la Unión Europea. *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, 3(1), 105-127.
- Rogers, R. (2009). "Análisis crítico del discurso en la investigación educativa". En M. Pini (Comp.) *Discurso y Educación. Herramientas para un Análisis Crítico de los Discursos Educativos*. San Martín: Unsam Edita.
- Van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, (186), 23-36.
- Van Dijk, T. A. (1994). Discurso, poder y cognición social. *Cuadernos de la Maestría en Lingüística*, 2, 1-92.