



Casa abierta al tiempo  
UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Iztapalapa



Casa abierta al tiempo  
UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Azcapotzalco



**XX Congreso Internacional de Análisis Organizacional**  
Fenómenos organizacionales emergentes en Latinoamérica frente a la crisis global:  
Homenaje a Guillermo Ramírez Martínez, 20 años realizando el CIAO

**Título de la ponencia:**

**Etnografía organizacional en Santiago de Chile**

Mesa Temática: N°3 Intervención y cambio Organizacional

Modalidad: Investigación Concluida

Dr. Guillermo Rivera Aguilera  
**ORCID: 0000-0002-2724-481X**

**Chile**

Correo Electrónico: guillermo.rivera@pucv.cl  
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso  
Av. El Bosque 1290, Viña del Mar-Chile

Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia, 3 al 7 de octubre de 2022

## Etnografía organizacional en Santiago de Chile

### Resumen

El propósito de esta presentación es analizar los espacios organizacionales de un programa de capacitación y conocer sus efectos en la producción de jóvenes trabajadores. Para esto, se realizó una etnografía organizacional en una empresa de comida rápida que capacita y contrata a jóvenes para su inserción al mercado laboral. El trabajo etnográfico se desarrolló durante un periodo de cuatro meses durante el 2019. Los resultados se presentan a través de dos ejes: i) *dimensiones del espacio organizacional*, que da cuenta del diseño del espacio, las tecnologías, las normas, el uniforme y la ideología de servicio, y ii) *del espacio al sujeto*, que establece y describe la relación entre las dimensiones mencionadas. Los resultados evidencian a un joven trabajador posmoderno modelado desde una lógica asociada a su autoestima. Finalmente, se discute respecto a cómo estos procesos de capacitación e inserción laboral producen jóvenes funcionales a los mercados del trabajo.

**Palabras clave:** etnografía organizacional, empleabilidad juvenil, espacios organizacionales.

## Etnografía organizacional en Santiago de Chile

### Introducción

En las últimas décadas, en el campo de los Estudios Organizacionales (EO) se ha generado un creciente interés en la etnografía como perspectiva teórico-metodológica para el estudio del *management* y las organizaciones (Rouleau, de Rond, & Musca, 2014). Algunos autores hablan de un “giro etnográfico” que se viene desarrollando fuertemente en países europeos, abriendo una bisagra que ha permitido el desarrollo de una serie de investigaciones en este campo emergente de estudio (Neyland, 2008; Kostera, 2007, Van Maanen, 2011). Así, tomando como referencia los antecedentes presentados y este giro hacia lo etnográfico, el presente artículo analiza los espacios organizacionales en un programa de capacitación del sector privado, con la finalidad de conocer sus efectos en la producción de jóvenes trabajadores. Para esto, damos cuenta de los hallazgos de una etnografía organizacional desarrollada en un programa de capacitación de una empresa de comida rápida ubicada en Santiago de Chile.

El texto que se presenta a continuación se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, se abordan elementos conceptuales, asociados a la producción del espacio que toma como referencia a Lefebvre (2013), Foucault (2016) y Latour (2008); en segundo lugar, se contextualiza el centro de capacitación donde se realiza este estudio, ofreciendo un relato y un mapa respecto al tránsito de los jóvenes que pasan por este espacio organizacional; en tercer lugar, se explica la metodología del trabajo etnográfico realizado, para posteriormente dar paso a los resultados del estudio; finalmente, se discute cómo las nociones de capacitación están siendo transformadas en el campo de lo organizacional, sirviendo de contexto para abordar cómo los jóvenes trabajadores de

hoy son funcionales a las empresas y a los mercados del trabajo.

### **La producción del espacio: Lefebvre, Foucault, Latour y los EO**

Las ideas de Henri Lefebvre han sido aplicadas por distintos investigadores a los EO. De ello se desprende una serie de análisis que abordan elementos como la vida social, el tiempo y el espacio en lo organizacional (Kingma, Dale, & Wasserman, 2019). En una de sus obras más influyentes, *La producción del espacio*, Lefebvre (2013) señala que cada sociedad —y, por lo tanto, cada modo de producción— genera sus propios espacios, evidenciando que estos contienen múltiples entrecruzamientos. En esta línea, y haciendo referencia a los modos de producción, Lefebvre (2013) señala lo siguiente: “Si el espacio es un producto, nuestro conocimiento sobre él reproducirá y explicará ese proceso de producción” (p. 96). Kingma et al. (2019) señalan que esta teorización desarrollada por Lefebvre (2013) permite incorporar nuevas variantes al análisis de los espacios organizacionales. Así, la triada espacial —espacio mental, concreto y vivido— permite conectar las experiencias de los actores sociales y, de esta forma, las nociones sobre el “espacio vivido” contribuyen a un conocimiento de la subjetividad que se produce en el espacio organizacional.

En segundo lugar, y con la finalidad de ampliar este diálogo teórico, consideramos las contribuciones de Michel Foucault a los EO. Desde la década de 1980, la influencia de obras como *Vigilar y castigar* (Foucault, 2016) han servido para abordar temas como el disciplinamiento, técnicas de vigilancia, elementos asociados al poder y procesos de subjetivación en las prácticas organizacionales (Raffnsøe, Mennicken, & Miller, 2019). En esta línea, considerando las conceptualizaciones de gubernamentalidad (Buchel,

Gordon, & Miller, 1991), entenderemos que los programas de capacitación para jóvenes se desarrollan desde una racionalidad centrada en “conducir la conducta” de los jóvenes. A partir de esto, se genera una comprensión de “la producción de un joven trabajador” que ejerce su libertad de modos específicos, orientados por los objetivos estratégicos de programas de empleo y el mercado del trabajo (Castro-Gómez, 2010; Rivera-Aguilera, 2018).

En tercer lugar, consideramos relevante incorporar nuevas nociones de “lo social” que Bruno Latour (2008) desarrolla en su libro *Reensamblar lo social*. Para esto, incorporamos las ideas de actores humanos y no humanos (actantes), relevando la importancia de las materialidades y redes que están presentes en los espacios organizacionales. Asimismo, nos interesa relevar la dificultad que existe al momento de comprender “lo social” y, en este sentido, consideramos relevante incorporar algunos elementos de la Teoría del Actor Red (TAR) que contribuyen a dar una comprensión más dinámica de los ensamblajes en los espacios organizacionales actuales (Latour, 2008).

A partir del diálogo entre estas perspectivas, es posible argumentar que las organizaciones no solo están ensambladas desde lo social y material, sino que la configuración y apropiación de los espacios organizacionales se desarrolla en una ideología en particular. Actualmente, las formas de producción se asocian al neoliberalismo, que entenderemos como “una ideología y una práctica política [que] sostiene que el bienestar y los bienes sociales serían maximizados si el mercado se extiende desde la noción de propiedad a cada esfera de la interacción humana” (Grady & Harvie, 2011, p. 173). Esta ideología repercute en las subjetividades construyendo un tipo particular de ser humano: un sujeto libre, un *homo economicus*, un trabajador flexible

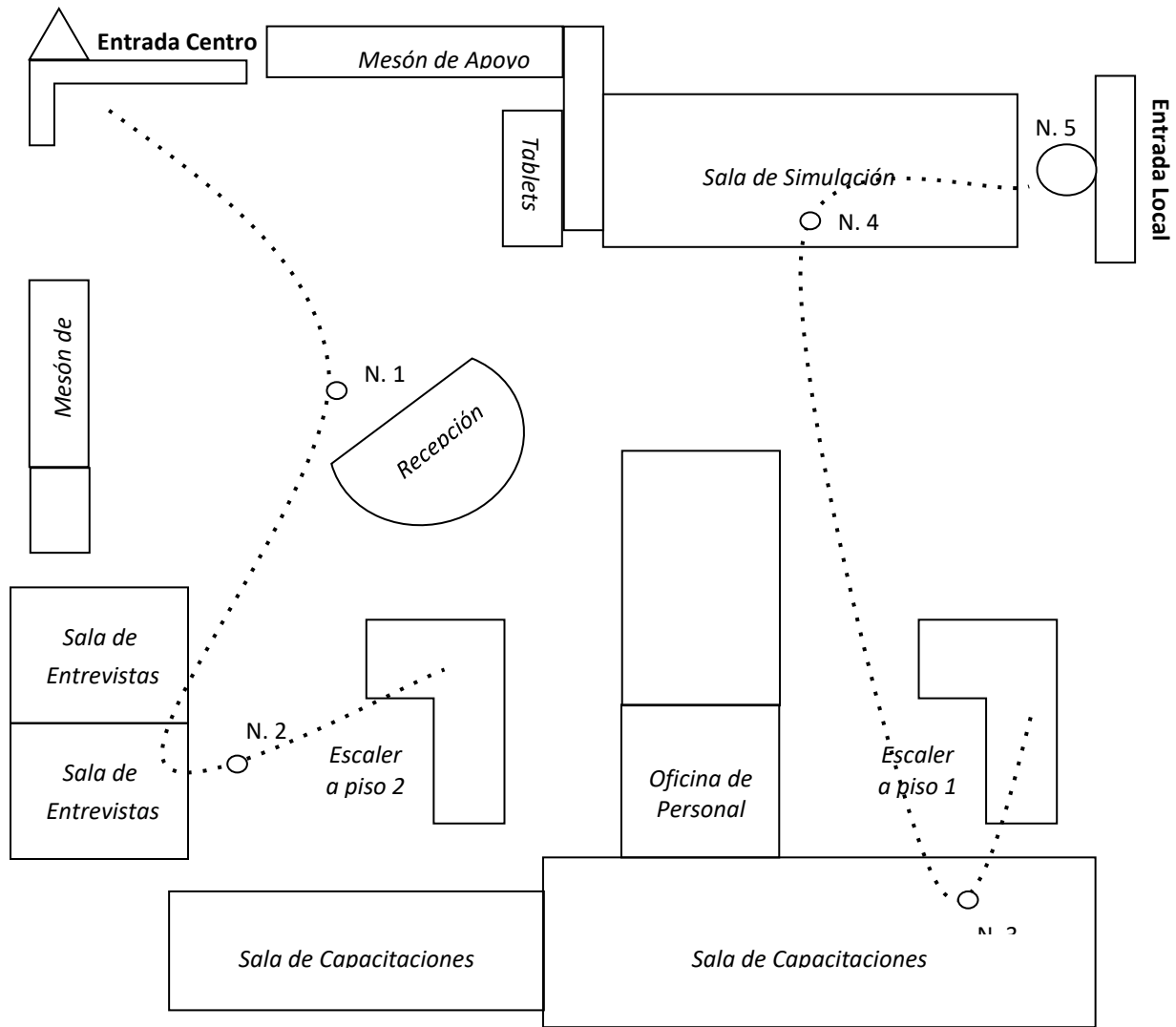
(Parker, Cheney, Fournier, & Land, 2014). Así, para abordar el caso de la empleabilidad juvenil y los lugares de capacitación definidos para estas, resulta relevante interrogar cómo influyen los espacios organizacionales en la producción de subjetividades juveniles en los programas de empleo juvenil. En esta línea, consideramos necesario rastrear las conexiones y redes que se generan desde territorios organizacionales específicos. Por ello, a continuación, se presenta una contextualización del espacio organizacional que analizaremos en este estudio.

### **El espacio organizacional del estudio: centro de capacitación para jóvenes**

El trabajo de campo para este estudio se desarrolló en una empresa de comida rápida, que genera y realiza, desde 2012, un modelo de capacitación orientado a jóvenes para su inclusión laboral. Este modelo de capacitación constituyó un “centro de empleabilidad para jóvenes”<sup>1</sup> y corresponde a un proyecto pionero en el sector de la comida rápida, ubicado en Santiago, Chile. Esta iniciativa surge en la empresa para superar una serie de dificultades para conseguir y emplear jóvenes en esta cadena de restaurantes, sumado a una alta rotación laboral. El centro, en términos arquitectónicos, corresponde a un local de dos pisos, diseñado con espacios amplios, coloridos y con tecnologías para los jóvenes (figura 1). Este está destinado a capacitar y generar empleados para la empresa, un proceso gradual basado en fases consecutivas que los jóvenes deben completar.

---

<sup>1</sup> El nombre ha sido modificado con el fin de resguardar la confidencialidad de la empresa.



**Figura 1.** Mapa del centro. Plano vista superior piso 1 – Plano vista superior piso 2.

Fuente: elaboración propia.

Al ingresar al centro comienza una primera fase (N. 1, figura 1), que corresponde al paso por el lugar de recepción, donde los jóvenes se inscriben y llenan formularios a través de dispositivos electrónicos, equivalentes a un currículum y asociado a un cuestionario que mide sus habilidades blandas, actitud y disposición al trabajo. Los datos ingresados al sistema de postulaciones son revisados y evaluados por el equipo de reclutamiento de selección, para concretar posteriormente entrevistas individuales. Una vez finalizada la

primera etapa del reclutamiento, los jóvenes pasan a la segunda instancia de entrevistas (N. 2, figura 1), realizadas por jóvenes trabajadores que ya tienen trayectoria en la empresa y manejan tanto de los procesos de elaboración de alimentos y la atención al cliente, como también de aquellos que conllevan la administración de recursos humanos. Una vez superado el filtro de la entrevista, comienza un tercer momento del proceso (N. 3, figura 1): una capacitación teórica que consiste en sensibilizar a los postulantes con la visión y misión de la empresa; a través de ella se va transmitiendo los valores de la organización junto a temas asociados a sus condiciones laborales e identidad como trabajador de la empresa, el servicio, los clientes y la responsabilidad social de la empresa. Posteriormente, comienza una cuarta fase (N. 4, figura 1), en la que los jóvenes ingresan a una capacitación práctica que se desarrolla en una “sala de simulación” para aprender los procedimientos de la producción alimenticia y de atención al público, generando así las primeras interacciones con artículos y maquinarias en desuso o artificiales. Una vez aprobada esta etapa, comienza una quinta fase del proceso (N. 5, figura 1), donde se pone en práctica lo aprendido, ya que los jóvenes trabajadores son llevados al local de comida anexo al centro de capacitación, para salir del contexto de simulación y poder plasmar lo aprendido en la práctica en un local de la empresa.

Este proceso de capacitación se extiende por catorce días aproximadamente, durante los cuales los jóvenes son evaluados por sus supervisores. Dentro del proceso, los jóvenes son sometidos a un sistema de rotación, pues se pretende que cada uno pase por la mayor cantidad de estaciones de trabajo posibles; de esta forma, estarán destinados a aprender diversas funciones que se realizan en los locales: servicio al



cliente, manejo de alimentos y limpieza, entre otros. Al finalizar la etapa de entrenamiento y con una relación contractual establecida, los jóvenes trabajadores son asignados a distintos locales de la empresa ubicados en el Gran Santiago. Así se inicia el periodo de prueba de “los nuevos” trabajadores y, en consecuencia, se produce un distanciamiento con respecto al centro, puesto que los jóvenes pasarían a ser “responsabilidad” de los encargados de cada local asignado. No obstante, al cabo de un mes, el centro realiza un seguimiento para evaluar cómo ha sido el proceso de los nuevos integrantes y decidir, en caso de ser necesario, un nuevo proceso de entrenamiento o el término de la relación laboral.

Lo anterior permite apreciar lo procedimental y la relación de los individuos con los objetos no humanos y con lo humano (Latour, 2008), asociado a un espacio particular, que en este caso corresponde al centro de capacitación. En este vínculo se expresa, en parte, el diálogo que se puede establecer con la teoría de Lefebvre sobre múltiples entrecruzamientos que tienen los espacios, asociados a redes, desde territorios organizacionales específicos. El tránsito por el cual circulan los jóvenes en el centro de capacitación estudiado permite observar que ellos son parte de un proceso burocrático de clasificación haciendo a los individuos “procesables” (Garsten & Jacobsson, 2013).

### **Metodología**

Entendemos la etnografía organizacional como un “enfoque multimetódico que incluye observaciones, entrevistas, análisis documental, análisis de artefactos; cuya característica fundamental es la observación participante o no participante de acciones

y prácticas en entornos naturales” (Eberle & Maeder, 2016, p. 122). De acuerdo con esta perspectiva, las organizaciones están en un constante cambio, hecho que ha sido un desafío importante para los investigadores a la hora de encontrar metodologías que, tomando como referencia la investigación cualitativa (Denzin & Lincon, 2012), permitan conocer la vida organizacional y los cambios asociados a los avances tecnológicos del devenir del trabajo en las últimas décadas (Akemu & Abdelnour, 2018; Van Maanen, 2011). Estas transformaciones que afectan e influyen directamente a las empresas, los servicios públicos y a las organizaciones sin fines de lucro hacen que las actividades organizacionales sean complejas de analizar, especialmente en lo que refiere a los actores involucrados y los diferentes elementos espaciales y temporales que constituyen lo organizacional y el *management* (Alcadipani, Hassard & Islam, 2018; Bell & Thorpe, 2013; Ernst, 2017; Kingma et al., 2019; Rouleau et al., 2014; Valenzuela-García, Lubbers & Gordon-Rice, 2019). Últimamente, en Latinoamérica autores como Alcadipani et al. (2018), Alcadipani e Islam (2017), Espinosa y Alarcón (2019, 2017), Sisto y Zelaya (2013) han desarrollado avances tanto metodológicos como empíricos que toman como referente las líneas descritas en nuestra región.

### **La producción de datos**

El ingreso al centro de capacitación de jóvenes fue acordado con la gerencia de Recursos Humanos de la empresa. A partir de esto, la empresa designó un contacto directo con la encargada del centro, quien permitió, una vez por semana, acceder y realizar el trabajo de campo. Este se efectuó de manera progresiva, utilizando los siguientes instrumentos de producción: cuadernos de campo, fotografías e instrumentos de grabación digital. El

trabajo se extendió por 15 semanas entre los meses de abril a julio del 2019. Cada visita fue realizada por dos o tres investigadores y variaba entre tres y cinco horas. Los días de la semana variaban en las visitas, ya que dependían de las actividades que se solicitaba observar; por ejemplo, capacitación teórica, capacitación práctica, entrevistas a determinados actores clave del centro o entrevistas a los jóvenes que se capacitaban. Al principio, las observaciones se centraron en las salas del centro, especialmente en los lugares que participan de la ruta antes descrita para los jóvenes. Posteriormente, se tuvo acceso a los procesos de selección y de práctica real en el restaurante que se encuentra conectado al centro. Paralelamente, el equipo pudo conocer otros locales de la empresa. Con el paso del tiempo, se fue teniendo acceso a espacios cada vez más íntimos con los capacitadores y, junto con esto, la producción de datos se socializó progresivamente con representantes del centro. En este contexto, se realizaron, primero, dos reuniones de trabajo (con la gerente de recursos humanos y la encargada del centro) donde se planificaron las acciones a seguir en el proceso de investigación. Conforme a ello, se realizaron entrevistas individuales con personal del centro y también con jóvenes en proceso de capacitación que recientemente estaban empleados en la empresa. Se recurrió a la “entrevista activa” (Holstein & Gubrium, 2016), para lograr un diálogo más abierto y flexible con los jóvenes. Además, se realizaron entrevistas grupales a jóvenes en proceso de capacitación en la forma de “microgrupos”, compuestos por dos o tres participantes. Es importante destacar que la selección de los participantes para este estudio fue determinada por la encargada del centro y el equipo de investigación no tuvo injerencia en eso. La siguiente tabla 1 detalla las actividades realizadas en proceso de producción de información.

**Tabla 1.***Producción de datos: Periodo abril-julio 2019.*

<b>Entrevistas</b>	<b>Jóvenes participantes</b>	<b>Personal de la empresa</b>	
Individuales	8	6	
Grupales	4	2	
<b>Visitas</b>	<b>Centro de capacitación</b>	<b>Locales de la empresa</b>	
	10	4	
<b>Registro</b>	<b>Cuadernos campo</b>	<b>Mapas</b>	<b>Fotografías</b>
	60	4	125

Fuente: elaboración propia.

### **Participantes**

Los jóvenes que participaron en este estudio son mayores de edad y completaron su educación secundaria. En su mayoría provienen de sectores vulnerables del Gran Santiago, pertenecientes a los niveles socioeconómicos más bajos. En algunos casos los jóvenes estudiaban y trabajaban, se encontraban principalmente en formación superior técnica en universidades o institutos privados. El rango etario de los jóvenes participantes fue de entre 18 y 27 años. En términos genéricos, la presencia de hombres y mujeres era equilibrado y, en el caso de ellas, pudimos identificar algunos casos de familias monoparentales en los que fundamentalmente ellas eran las jefes de hogar, así como, en el caso de los varones, muchos migrantes sudamericanos.

### **Análisis de la información**

Los datos producidos (entrevistas) se transcribieron y se sometieron a un proceso de análisis que incluyó, primero, una categorización simple. Luego, esta información fue organizada en matrices analíticas que incorporaron las fotografías y mapas que sirvieron

para conectar la información narrativa-visual. Tomando como referencia la TAR, Silva y Burgos (2011) señalan que, para producir el trabajo etnográfico, el interés debe estar puesto en las conexiones existentes entre los distintos actores (*assembly*), en ciertos lugares y alrededor de ciertos tópicos, donde el investigador debe rastrear esas conexiones. Así, seguimos las huellas de los actores asociados al centro de capacitación, implicando a actores humanos y no humanos en ese quehacer.

El análisis de esta etnografía organizacional da cuenta de cómo, a través del trabajo de campo, se identifica una ruta que modela al futuro trabajador de la empresa. Los resultados abordan las siguientes categorías emergentes que, para efectos del marco conceptual elegido, hemos denominado *eje 1, dimensiones espaciales*: a) el diseño del espacio; b) las tecnologías incorporadas en el espacio; c) las normas asociadas al espacio; d) el uniforme asociado al espacio, y e) la ideología asociada al espacio. Para ejemplificar este proceso se presentan cinco citas (una por categoría). Posteriormente, se desarrolla un segundo nivel analítico denominado *eje 2, del espacio al sujeto*, que profundiza en la relación entre las categorías. De esta forma, se espera evidenciar conexiones y entrecruzamientos asociados a los espacios organizacionales que van modelando al joven trabajador.

### **Consideraciones éticas**

El diseño de esta investigación fue aprobado por el comité de ética de la institución de afiliación de los autores. En términos organizacionales se firmó un protocolo de consentimiento informado con la gerencia de Recursos Humanos de la empresa, asociado a esta investigación. Respecto a los participantes, cada una de las entrevistas

realizadas contó con el consentimiento de los entrevistados, quienes firmaron un protocolo para asegurar el resguardo de su identidad para este estudio.

## **Resultados**

### **Eje 1: dimensiones espaciales**

#### ***El diseño del espacio organizacional: “la ruta del joven por el centro”***

Esta primera dimensión del espacio organizacional permite entender cómo el centro de capacitación para jóvenes fue pensado, diseñado y puesto en práctica. El espacio organizacional es el resultado de una configuración desde la cual se desprende una ruta por la cual los jóvenes deben circular en su proceso de capacitación.

#### ***Cita 1***

Esta cita corresponde a un fragmento de una entrevista a la gerente de Recursos Humanos de la empresa. Ella es una mujer adulta que ha hecho una trayectoria laboral en la empresa. Durante el 2012 tuvo que atender a la demanda de una alta rotación de jóvenes, desafiándola a elaborar el modelo de capacitación para la inserción laboral de jóvenes en la empresa. Su relato resume la historia del centro de capacitación, cómo fue pensado y diseñado.

En realidad lo fuimos construyendo imaginándonos cuál era el camino de un joven cuando entra ahí, empezamos así, “bueno ya, qué hacemos, tenemos que decir

que [en] la recepción nos atiendan y le digan esto, esto y esto”. Al principio era todo papel y listo “completa acá”; después, teníamos que hacer una sala de entrevistas individual, hicimos dos, son las salas que están acá; después hicimos dos salas, una más chiquita para cuando la gente [venía a] una inducción más pequeña y otra un poquito más grande que es la que está arriba. Después, de ahí pasaron al centro de entrenamiento simulado, donde se hizo una cocina y se hizo un servicio, y empezamos a diseñar a ver qué era lo que podíamos enseñar ahí y a tomarlo, no sé, de tomar maquetas y dibujos. Después fuimos poniendo equipos que estaban en desuso: las tostadoras, las perrillas; en el equipo que estaban en desuso y a la medida que pudimos los fuimos poniendo ahí, al principio era cartón, era maqueta... Eeehhh... Así que sí, todos nos fuimos haciendo las preguntas de ver... cómo hacerlo y después acompañamos con la tecnología cuando pusimos esas pantallas *touch* para que pudieran completar su currículo, hacer su test. Después que tengan algo un poco más lúdico como eso, que se saquen una *selfie*. (Gerente de Recursos Humanos, comunicación personal, año 2019)

De acuerdo con la cita, nos interesa ilustrar cómo se fueron diseñando espacios de acuerdo con la arquitectura del lugar, hecho que, tal como afirma la entrevistada, “se fueron dando con cierta naturalidad”, ya que se asociaban a los pasos que se iban generando en el proceso de capacitación de los jóvenes. De esta forma, la recepción de los postulantes, las salas de entrevistas y los recintos de inducción fueron ampliándose. En la cita también podemos apreciar cómo este diseño del espacio se asocia a tecnologías. Así, los y las jóvenes que se postulan y se integran al programa de

capacitación acceden a dispositivos donde deben ingresar información personal y responder a pruebas. Estas *tablets* cumplen también la función de llamar la atención de un público juvenil, pues estos dispositivos electrónicos presentarían una vinculación directa entre lo tecnológico y lo lúdico, constituyéndose en elementos mediadores de la experiencia de capacitación. A continuación, se profundiza en la importancia de las tecnologías asociadas al espacio organizacional y su influencia en la población juvenil.

***Las tecnologías incorporadas en el espacio organizacional: “a los millenials la tecnología los mueve”***

Tal como se menciona en la dimensión anterior, los espacios del centro de capacitación incluyen tecnologías que se materializan a través de artefactos electrónicos. En vista de su inmediatez en las acciones, comodidad, entretención, funcionalidad y popularidad entre la población juvenil, estos dispositivos se consolidan como un elemento clave a la hora de introducir a este grupo etario al mundo laboral. De este modo, la tecnología es usada como una estrategia de atracción para los jóvenes que se capacitan, ya que el uso de estos dispositivos permite presentar de manera más didáctica ciertos elementos del proceso productivo al interior de la organización. A la vez, permite promover una identificación de los jóvenes con la empresa a través de estrategias asociadas a imágenes. En la siguiente cita se hace referencia a este proceso.

***Cita 2***

Esta cita corresponde a una entrevista realizada a un joven entrenador de 24 años, que lleva siete años en la empresa. Ingresó en la modalidad de “educación dual”.



Actualmente, se encuentra estudiando y trabajando; realiza estudios técnicos en administración de empresas.

Nuestro mayor porcentaje de postulantes promedian 23 años, a los chicos, a los *millenials* hoy en día la tecnología los mueve; entonces, si ven *tablets*, ven eso como que más les llama la atención. En los locales también tenemos estas pantallitas como de información. En los locales están, en todos los locales, allá en la salita de orientación, había una pantallita al lado del proyector, que estarían con fotos. Esas fotos se les saca a los chicos cuando están en su capacitación. Nosotros como selectores y los coordinadores [tenemos] como la accesibilidad de subir estas fotos y no sé, poh, marcar los lugares en los que los chicos van, marcamos los locales y después las fotos salen en sus locales. Tenemos esas tecnologías, claro; entonces, cuando los chicos están en su capacitación y llegan a sus locales, ven su foto ahí; [...] como [que] se sienten más identificados con el local. Sí, entonces, esto de la tecnología a todos hoy en día nos mueve. (Entrenador, comunicación personal, año 2019)

En la cita, el entrevistado destaca el hecho de que hay un conocimiento respecto al grupo etario que postula a la empresa. Son definidos, en sus palabras, como “*millenials*”, que corresponden a jóvenes interesados por la tecnología. Por lo tanto, sostiene que el acceso a una serie de dispositivos electrónicos potenciará su acercamiento al proceso de capacitación y a la empresa propiamente. Estas afirmaciones, que se repiten en otras entrevistas realizadas, revelan precisamente los elementos estratégicos asociados a la

atracción de los jóvenes al incorporar estas tecnologías a los espacios organizacionales de la empresa. En este sentido, la fotografía o *selfie* del joven adquiere un valor que permite una identificación con la empresa, pues a través de pantallas “marcamos los locales y después las fotos salen en sus locales”. De esta manera, los encargados del proceso de selección propician, a través de imágenes, una forma de acercamiento entre los jóvenes y sus lugares de trabajo, para que se sientan a gusto e identificados con su lugar de trabajo. Esto permite identificar una estrategia de atracción por parte de la empresa a las nuevas necesidades de su público objetivo, ya que, como bien se menciona en las citas anteriores, “a los *millennials* hoy en día la tecnología los mueve”, por lo que se propiciaron espacios y dispositivos acordes al cambio generacional. Las tecnologías adquieren, entonces, un rol de “actantes” que movilizan y conectan las experiencias de capacitación de los jóvenes a los espacios reales de trabajo.

***Las normas asociadas al espacio: “generamos sonrisas en las personas”***

En el caso del rubro de la comida rápida se pudo constatar una serie de normativas asociadas a elementos como la higiene, la manipulación de alimentos y el control de la calidad de los productos. Ahora bien, en el caso del centro de capacitación, interesa ilustrar cómo, durante el proceso de formación, estas normas se asocian a valores y habilidades blandas que promueven un cierto tipo de interacción de servicio con los clientes. A continuación, se describe el contenido de un letrero que describe las máximas del servicio en la empresa, presentes en las salas de capacitación y en locales de comida rápida visitados. Este llama la atención debido a su gran tamaño y visibilidad, así como los colores alegres que lo constituyen, pues transmiten reglas asociadas a una normativa

que impregna los espacios.

### **Cita 3**

Esta cita corresponde a la transcripción de un letrero informativo, presente en el centro de capacitación. Ilustra elementos simbólicos asociados a las materialidades del espacio, constituyéndose en un actante que dialoga permanentemente con el espacio y el colectivo.

#### Máximas

- Hacemos las cosas fáciles para las personas
- Generamos sonrisas en las personas
- Generamos siempre oportunidades de interacción con las personas
- Las necesidades de las personas son más importantes que cualquier tarea específica que estemos realizando
- Estamos comprometidos con el buen trato entre las personas
- Pensamos que cada cliente es único y así nos relacionamos con ellos

(Letrero en sala de capacitación, año 2019)

El contenido de este letrero ilustra el rol que performa la empresa respecto al servicio y la atención al cliente. Los jóvenes deben aprehender estas máximas durante su capacitación y adherir a ellas en su trabajo futuro. Los letreros en tanto actores “no-humanos” son los que recuerdan y prescriben normas e imperativos que indican cómo los jóvenes tienen que realizar su trabajo diario. Estas orientaciones transmiten valores

y normas de la empresa que modelan las habilidades blandas de jóvenes que describen un perfil ideal de trabajador. Estas formas de “deber ser” de los jóvenes se asocian a una cierta posición y rol que deben asumir en el trato con los clientes que entran a los locales de comida rápida, puesto que es necesario entregar un servicio que “genere sonrisas a las personas” y donde hay que tener una especial consideración con que “cada cliente es único y así nos relacionamos con ellos”. Por último, vemos cómo se modela y subjetiviza a los jóvenes en su trabajo, específicamente en las formas de la atención, pues se destaca como una premisa transversal la máxima referente a que “las necesidades de las personas son más importantes que cualquier tarea específica que estemos realizando”, donde el foco principal de la norma es la atención de público.

#### ***El uniforme y su configuración en el espacio: “la camisa pesa”***

En la empresa, el uniforme cumple una función asociada a roles. Cada cargo dentro de los locales tiene un uniforme particular, lo que permite generar una diferencia entre los trabajadores en relación con sus respectivos roles dentro de la estructura del personal. Este mecanismo de diferenciación tiene mucha importancia en el proceso de capacitación, ya que denota en el personal la función que cumplen dentro del proceso productivo. Los jóvenes van asimilando esto como un componente identitario, dado que se asumen conductas y formas de ser que implican pertenecer a roles definidos en la cadena de producción.

#### ***Cita 4***

Esta cita corresponde a una entrevista con una joven trabajadora de 27 años, madre soltera, que tiene una hija de tres años. Lleva dos años trabajando en la empresa y valora

su trabajo por los beneficios que tiene asociados al cuidado de su hija en establecimientos prescolares. En esta cita la entrevistada nos señala la importancia que atribuye al uniforme.

La camisa pesa, e incluso hasta la polera roja pesa, o sea, porque los niños, las personas los ven como que “no, ella es la que manda porque tiene la polera roja” o la camisa; e incluso, uno va, tú como persona, un cliente normal baja al local y tienes un inconveniente; ¿a quién vas a buscar?: al que tiene la camisa, porque sabes que el que tiene la polera negra no me va a decir nada, entonces, eso es igual, así como uno va a cualquier entidad, puede hacerlo y es lo mismo. Por ejemplo, voy a una tienda del *retail* (se omite nombre) y estoy buscando a alguien que me haga un cambio, [pues] busco al que tiene camisa; no voy a buscar al que está en los pasillos, porque no me va a saber decir. (Empleada, comunicación personal, año 2019)

La entrevistada resalta que la función principal de los uniformes es que permite a los clientes reconocer rápidamente al personal. De igual forma, el personal identifica fácilmente a quien acudir en cada situación. Particularmente, el uniforme influye directamente en el modo en que los trabajadores se relacionan, siendo los cargos más altos tratados de una manera más distante y temerosa, por la mayor autoridad que representan. Un ejemplo de esto se aprecia cuando la entrevistada manifiesta que “la camisa pesa”, pues alude al uniforme como un elemento material que expresa la jerarquización empresarial y, desde una dimensión simbólica, estratifica los cuerpos que

los portan. La entrevistada también relaciona este elemento con otros espacios de consumo, trasladando la experiencia a su rol de cliente en el *retail*: “estoy buscando a alguien que me haga un cambio, [pues] busco al que tiene camisa; no voy a buscar al que está en los pasillos, porque no me va a saber decir”. La posibilidad de distinguir el rol que se cumple al interior de una organización con división y especialización de trabajo invita a identificar los roles y jerarquías mediante los uniformes (y sus formas y colores), aspecto que contribuye a caracterizar los espacios organizacionales de capacitación y el estatus que tienen los jóvenes recién empleados a nivel simbólico: “sabes que el que tiene la polera negra no me va a decir nada”.

### ***Ideología asociada al espacio: “no somos robots”***

La ideología de servicio es un concepto instalado recientemente por la empresa<sup>2</sup> y refiere a una determinada forma de ser del personal con los clientes. Busca dejar atrás una forma de atención mecanizada asociada a los restaurantes de comida rápida. Desde esta premisa, la misión institucional plantea entregar al cliente una experiencia “agradable y grata” durante su atención. Esta amigable, original y espontánea forma de ser promueve la idea de que cada trabajador sea él o ella misma con el cliente, para así dejar de lado las interacciones estandarizadas y mecanizadas, dando paso a la originalidad y espontaneidad de los jóvenes trabajadores. Ahora bien, esta libertad comunicativa siempre debe darse dentro de los límites asociados a valores de la empresa y en lo que refiere a la ideología del servicio. A través de la siguiente cita se ilustra lo señalado.

---

<sup>2</sup> Por razones de confidencialidad con la empresa, hablaremos de ideología de servicio y no ocuparemos el concepto utilizado por la compañía.

### **Cita 5**

Esta cita corresponde a un extracto de entrevista a un joven trabajador, de 27 años, que ya lleva dos años en la empresa y actualmente tiene un cargo de jefatura. Es migrante y lleva tres años en Chile. En su relato nos comenta su experiencia de precariedad de venir a un país nuevo sin trabajo, y cómo la empresa le ha permitido no solo trabajar, sino también ascender. Actualmente, dirige un restaurante de comida rápida y tiene a varios otros jóvenes a cargo. Está estudiando una carrera técnica, porque en el futuro quiere dejar la empresa.

Antiguamente todo era como muy mecanizado, no existía lo que es la ideología de servicio, como decía existían seis pasos de atención a clientes, nos tenían hasta pasos, era como súper estructurado, saludar al cliente y abajo salían como dos opciones “hola, buenas tardes ¿qué desea llevar?”. Era así de mecanizado, eran como dos opciones: recibir el pago, dar el vuelto, armar la bandeja, despedirse e invitarlo a que vuelva. Yo me he dado cuenta de que en las otras cadenas siguen esto [así] de mecanizado: [a] todos los clientes los saludan por igual, a todos los clientes los siguen con este procedimiento; en cambio acá, con ideología de servicio, es totalmente distinto. Es ser uno mismo con el cliente; si te sabes el nombre: “Hola Javiera, Hola Camila”, puede ser como uno quiera. No es necesario obligar al personal [a] que sea otra persona que no sea él. Entonces nosotros obviamente eso en la entrevista se lo decimos al postulante, y el postulante queda como “oh, yo pensaba que eran como robots, porque cuando uno va a un local de comida rápida siente que son robots”, y no acá; hoy en día

no es así. Entonces, creo que eso es como el sello que tiene la empresa en cuanto a los procesos. (Empleado, comunicación personal, año 2019)

El entrevistado señala que su experiencia y posicionamiento en la empresa, así como el hecho de haber experimentado esta transición asociada a la instalación de esta nueva ideología de servicio, le permite describir y contextualizar cómo se ha ido desarrollando esta transición. Se ha pasado de una atención mecanizada a un trato más bien personalizado, donde las y los jóvenes pueden expresarse con libertad al momento de entregar el servicio. A su vez, el trabajador destaca esta nueva propuesta de servicio de su empresa en comparación con otros locales de comida rápida refiriéndose a que “creo que es el sello que tiene”, pues dicha propuesta haría una especial diferencia en las formas de trabajo. Como consecuencia, los jóvenes, al tener la posibilidad de “ser ellos mismos”, manifestarían una preferencia a trabajar en la empresa señalada, ya que no los obligarán a seguir pasos de robots. Sin embargo, si bien se espera un comportamiento espontáneo del personal en la atención al público, se mantienen ciertos lineamientos generales y perfil, lo que resultaría en un nuevo ideal de trabajador y trabajadora, manifestando así un punto de quiebre con la antigua forma de ser promovida por la organización, con lo que se deja atrás la mecanización de dicha atención. En el siguiente apartado se abordan aquellos lineamientos que se mantienen para el trabajo de los y las jóvenes, y los que invitarían a la configuración de este nuevo ideal de trabajador.



## **Eje 2: del espacio al sujeto**

Las dimensiones espaciales presentadas en el primer eje se relacionan entre sí y permiten una serie de conexiones y entrecruzamientos asociados a los espacios que van modelando al joven trabajador, que se pueden agrupar en los siguientes puntos.

En primer lugar, a través de los resultados, se puede constatar que la dimensión relacionada con el “diseño del espacio” configura una ruta por donde los jóvenes que se insertan a la empresa inician un recorrido que les permite circular en el espacio organizacional. Este diseño hace clara referencia a lo que Lefebvre (2013) señala como el espacio mental, puesto que va configurando un mapa que fue pensado y diseñado por “los expertos” (la gerente y la encargada del centro), como un tránsito concreto que constituye el proceso de circulación que deben seguir los jóvenes en su formación para el trabajo.

En segundo lugar, y a partir de este diseño del centro de capacitación, las materialidades tienen suma importancia, ya que se configuran a través de las tecnologías, las normas asociadas a letreros y los uniformes, generándose un ensamblaje que conecta el tránsito del joven por el espacio organizacional con los objetos (Latour, 2008). Así, estos elementos se constituyen en actantes que conforman la red de relaciones que se construyen en los espacios organizacionales, proporcionando y sintetizando un ordenamiento que facilita la internalización de normas y procedimientos a los jóvenes capacitados.

En tercer lugar, podemos constatar que la dimensión ideológica permite comprender otra forma en que estas dimensiones se conectan y se superponen, ya que genera una conexión entre lo material y lo inmaterial, así como una relación entre lo percibido y lo

concebido con el espacio vivido (Lefebvre, 2013). En efecto, da luces de cómo los espacios se van imbricando con la subjetividad de los jóvenes, ya que estos se van modelando con una ideología de servicio particular de la empresa. Se puede ver claramente la transmisión de esta ideología de servicio al inicio de la capacitación de los jóvenes, donde se incorpora un lenguaje de habilidades blandas, que se transmite e instala en la cultura de servicio de los jóvenes. De acuerdo con los relatos de los entrevistados que llevan más tiempo trabajando en la empresa, las tecnologías, los uniformes y las normas no solo generan atracción por el lugar de trabajo, sino también generan distinción y expectativas de rol. Lo anterior permite generar la funcionalidad y configura una subjetividad asociada a un binomio eficiencia-eficacia, que ya no está definida por una ideal de trabajador “robot”, sino más bien desde una subjetividad centrada en “ser uno mismo” (cita 5).

Finalmente, y como cuarto punto, las dimensiones espaciales permiten entender cómo se construye un joven trabajador posmoderno que, lejos de las lógicas tayloristas asociadas a las empresas de comida rápida, obedece más bien a un emprendedor de sí mismo (Foucault, 2012). Los jóvenes son preformados bajo la máxima de que el servicio es lo más importante y, por lo tanto, las prácticas se orientan a hacer “las cosas fáciles para las personas” y generar “sonrisas en las personas” (cita 3). Esto permite entender que los jóvenes son disciplinados y su cuerpo es modelado, no necesariamente desde una lógica asociada al castigo o a la recompensa como tecnología de poder (Foucault, 2016), sino más bien desde una lógica del autogobierno asociada a su autoestima (Cruikshank, 1993).

## Conclusiones y repercusiones

A partir del estudio presentado, son muchas las posibilidades analíticas que se pueden continuar desarrollando, principalmente en lo referido a ampliar y promover aplicaciones del giro etnográfico en los EO en el contexto latinoamericano. De esta forma, se proyecta una serie de aperturas para la investigación cualitativa en el campo de lo organizacional.

Tomando como referencia las contribuciones teóricas de Lefebvre, Foucault y Latour sobre el espacio, y sus aplicaciones al campo de lo organizacional, se ha desarrollado un análisis que se despliega en cinco dimensiones para explicar cómo los jóvenes trabajadores son modelados y subjetivados de acuerdo con elementos ideológicos, normativos y performativos desde un espacio de capacitación en particular. A partir de esto podemos concluir lo siguiente.

En primer lugar, podemos constatar que la producción de jóvenes trabajadores, en la lógica privado-privada, se genera en espacios específicos, diseñados y construidos para que los jóvenes se adapten a las normas y se alfabeticen en el discurso del *management* (Rivera-Aguilera, 2016; 2016b). Siguiendo a Lefebvre (2013), los espacios organizacionales permiten entender cómo los sujetos se promueven y producen. A la vez, permiten explicar el proceso de producción de subjetividades que se sustraen en las observaciones y análisis de lo que está (o no) permitido realizar. En este sentido, la triada espacial permite conectar los relatos de los jóvenes con su espacio de capacitación y trabajo en la empresa que hemos observado. En términos concretos, el acceso a la noción del “espacio vivido”, mediado por las entrevistas, permite conocer las subjetividades que se producen en los espacios organizacionales por los que circulan los

jóvenes.

En segundo lugar, desde una perspectiva foucaultiana en articulación con la TAR, pudimos observar que, en el espacio organizacional, una serie de actores tanto humanos como no humanos permiten disciplinar y, desde una noción de subjetivación, “conducir la conducta” de los jóvenes del centro de capacitación. Elementos como las jerarquías organizacionales, los uniformes, las normas y los dispositivos tecnológicos van modelando al joven en un sujeto trabajador que, desde los resultados obtenidos, permiten constatar que la forma en que opera un poder normalizador en los jóvenes no responde solamente a las lógicas de recompensa y castigo, sino que introduce las nociones de libertad y autoestima como formas de modelamiento que invitan a los jóvenes a “ser uno mismo”. Así, se produce una suerte de flujo que, en términos de Deleuze y Guattari (2014), crea una “maquina productora”, que genera una serie binaria lineal en todas las direcciones, donde cada maquina-órgano interpreta el mundo según su propio flujo y, asimismo, genera conexiones con otras máquinas. De esta forma, la capacitación no solo se conforma de elementos y procedimientos instrumentales, sino que devela una ruta en la internalización de valores y premisas consistentes con la ideología dominante. Así, la sentencia “no somos robots, generamos sonrisas” (cita 3) expresa el ideal de un modelo que legitima la construcción de un sujeto productivo que subyace a la expresión del individualismo neoliberal. En este sentido, los jóvenes son funcionales a la empresa, pero también a través del proceso de capacitación son normalizados y gobernados para ser funcionales a los mercados del trabajo.

Una limitación para este estudio fue que no tuvimos libertad para elegir a los jóvenes participantes. Tampoco pudimos contactar a jóvenes que desertaron del proceso de

capacitación o de la empresa. Al pedir información sobre estos, la respuesta fue siempre evasiva y no se nos permitió acceder a ellos. En este sentido, el estudio carece una mirada que aborde una narrativa centrada en la resistencia a participar en estos espacios organizacionales.

Para cerrar, nos gustaría destacar que el desafío actual de los EO en Latinoamérica es generar una apertura en las formas de pensar, analizar y cuestionar lo organizacional desde los márgenes de un estudio preconfigurando desde un saber positivista y reduccionista (Gonzales-Miranda, 2020; Pérez-Arrau, Espejo, Mandiola, Ríos, & Toro, 2020). En esta línea, en el territorio latinoamericano las y los investigadores se encuentran con el desafío de hacer sentido acerca de prácticas organizacionales propias poniendo innovaciones metodológicas para el estudio de las organizaciones, así como la reflexión crítica y la reflexividad que apunte a la transformación de las prácticas hegemónicas y *mainstream* que permita continuar con una emergente reescritura del campo organizacional (Szletcher et al., 2020; Ascorra, Rivera-Aguilera, Mandiola-Cotroneo, & Espejo, 2018, Misoczky, 2017).

A través de esta etnografía organizacional, se espera contribuir a esta innovación generando una ruta de escape de las prácticas hegemónicas y *mainstream*, principalmente desde una investigación que apuesta por nuevas posibilidades de análisis de lo organizacional. Finalmente, en el marco de la investigación mayor desde el cual se plantea este estudio orientado a la producción de sujetos laborales, el desafío que tenemos como investigadores es involucrar no solamente a los jóvenes que se forman en programas con las características que hemos presentado, sino también dialogar con los jóvenes que desertan de este tipo de capacitaciones y empresas, o que, por diversas

razones, se encuentran desempleados y excluidos de los mercados formales del trabajo.

## Referencias

- Alcadipani, R, Hassard, J., & Islam, G. (2018). I shot the sheriff-: Irony, sarcasm and the changing nature of workplace resistance. *Journal of Management Studies*, 55, 1452-1487. <https://doi.org/10.1111/joms.12356>
- Alcadipani, R., & Islam, G. (2017) Modalities of opposition: Control and resistance via visual materiality. *Organization*, 24(6), 866-8917. <https://doi.org/10.1177/1350508417694962>
- Akemu, O., & Abdelnour, S. (2018). Confronting the digital: Doing Ethnography in Modern organizational settings. *Organizational Research Methods*, 23(2), 296-321. <https://doi.org/10.1177/1094428118791018>
- Ascorra, P., Rivera-Aguilera, G., Mandiola-Cotroneo, M., & Espejo, A. I. (2018). Editorial Sección Temática Estudios Organizacionales en Latinoamérica: Oportunidades, perspectivas y proyecciones. *Psicoperspectivas*, 17(3). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol17-issue3-fulltext-1520>
- Assusa, G., & Brandán, M. G. (2014). Salvar la generación perdida: Gubernamentalidad, empleabilidad y cultura del trabajo. El caso de un programa de empleo para jóvenes en Argentina. *Revista Sociología e Política*, 22, 157-174. <https://doi.org/10.1590/S0104-44782014000100009>
- Becker, G. (1993). *Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. London: University of Chicago Press.

Bell, E. & Thorpe, R. (2013). *A very short, fairly interesting and reasonably cheap book about management research*. California: SAGE.

Brandán, M. G. (2014). Juventud, trabajo y dispositivos estatales. Aportes críticos a la sociología de la juventud desde la perspectiva de la Gubernamentalidad. *Última Década*, 40(1), 37-54. <https://doi.org/10.4067/S0718-22362014000100003>

Buchel, G., Gordon, C., & Miller, P. (1991). *The Foucault effect: studies in governmentality*. Chicago: The University of Chicago Press.

[Capital humano pertinente.](#) (16 de julio del 2016). *El Mercurio*. Editorial.

[Castro-Gómez, S. \(2010\). \*Historia de la Gubernamentalidad. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault\*. Bogotá: Siglo del Hombre.](#)

Cruikshank, B. (1993). Revolution within: self-government and self-esteem. *Economy and Society*, 22(3), 327-344. <https://doi.org/10.1080/03085149300000022>

Denzin, N., & Lincoln, Y. (2012). *Manual de investigación cualitativa, Vol. II*. Barcelona: Gedisa.

Deleuze, G., & Guattari, F. (2014). *El Anti Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona: Espasa Libros.

Eberle, T., & Maeder, C. (2016). Organizational Ethnography. En D. Silverman (Comp.), *Qualitative research* (pp. 121-136). London: Sage.

Ernst, J. (2017). Between change and reproduction: Profession, practice and organizational space in a hospital department. *Journal of Organizational Ethnography*, 6(3), 177-189. <https://doi.org/10.1108/JOE-02-2017-0007>

Espinosa, J. F. & Alarcón, J. (2017). Perspectiva socio-técnica del *trading*. Mesas de

- dinero de bancos en Chile. *Opción*, 33(83), 516-544.
- Espinosa, J. F., & Alarcón, J. (2019). TransBank POS machines and bill receipts: Socio-technical mediations in the normalization of tipping. *Psicoperspectivas*, 18(2), 1-11. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue2-fulltext-1675>
- Fejes, A. (2010). Discourses on employability: Constituting the responsible citizen. *Studies in Continuing Education*, 32(2), 89-102. <https://doi.org/10.1080/0158037X.2010.488353>
- Foucault, M. (2012). *Nacimiento de la Biopolítica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2016). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. México: Siglo XXI.
- Garsten, C., & Jacobsson, K. (2013). Sorting people in and out: The plasticity of the categories of employability, work capacity and disability as technologies of government. *Ephemera*, 13(4), 825-850.
- Gonzales-Miranda, D. (2020). Los estudios organizacionales en Latinoamérica: ¡Vuelta al terreno áspero! *Revista de Administración de Empresas*, 60(2), 104-119. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020200204>
- Grady, J., & Harvie, D. (2011). Neoliberalism. En M. Tadajewsky, P. Maclaran, E. Parson, E., M. Parker, (Eds.), *Key concepts in critical management studies* (pp.173-176). London: Sage.
- Holmqvist, M., Maravelias, C., & Skalen, P. (2012). Identity regulation in neo-liberal societies: Constructing the “occupationally disabled” individual. *Organization*, 20(2), 193-211. <https://doi.org/10.1177/1350508412438704>



- Holstein, J., & Gubrium, J. (2016). Narrative practice and the active interview. En D. Silverman (Comp.), *Qualitative research* (pp. 67-82). London: Sage.
- Kingma, S., Dale, K., & Wasserman, V. (2019). *Organizational space and beyond: The significance of Henri Lefebvre for Organization Studies*. New York: Routledge.
- Kostera, M. (2007). *Organizational Ethnography: Methods and inspirations*. Lund: Studentlitteratur.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una Introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Martínez-Posada, J., & Barragán-Giraldo, D. (2008). Juventud y multitud: Aproximación para abordar los movimientos juveniles. *Tabula Rasa*, 9, 353-368. Recuperado de <https://revistas.unicolmayor.edu.co/index.php/tabularasa/article/view/1490>
- Morales, M. A. (2014). Sistema de aprendizaje dual: ¿Una repuesta a la empleabilidad de los jóvenes? *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 19, 87-110. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870467014706657>
- Muñoz, I. (2012). La formación dual y su fundamentación curricular. *Revista Educación*, 32(1), 45-61. <https://doi.org/10.15517/revedu.v32i1.523>
- Miranda, A., & Alfredo, M. (2018). Políticas y leyes de primer empleo en América Latina: Tensiones entre inserción y construcción de trayectorias. *Revista de Ciencias Sociales*, 31(42), 79-106.
- Misoczky, M. C. (2017). ¿De qué hablamos cuando decimos crítica en los estudios organizacionales? *Administración & Desarrollo*, 47(1), 141-149. DOI:

[10.22431/25005227.310](https://doi.org/10.22431/25005227.310)

Neyland, D. (2008). *Organizational Ethnography*. London: Sage.

Parker, M., Cheney, G., Fournier, V., & Land, C. (2014). *The Routledge Companion to Alternative Organization*. London: Routledge.

Pérez-Arrau, G., Espejo, A., Mandiola, M., Ríos, N., & Toro, J. (2020). Organizando los Estudios Organizacionales en Chile: Historia de la creación del Grupo Minga. *Revista de Administración de Empresas*, 60(2), 156-167. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020200208>

Raffnsøe, S., Mennicken, A., & Miller, P. (2019). The Foucault effect in Organization Studies. *Organization Studies*, 40(2), 155-182. <https://doi.org/10.1177/0170840617745110>

Rentería, E., & Malvezzi, S. (2008). Empleabilidad, cambios y exigencias psicosociales en el trabajo. *Universitas Psychologica*, 7(2), 9-24. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/319>

Rivera-Aguilera, G. (2016). Gubernamentalidad y políticas de empleo: La construcción discursiva del joven trabajador. *Última Década*, 24(45), 34-54. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362016000200003>

Rivera-Aguilera, G. (2016b). Gobernar a la juventud vulnerable: un análisis discursivo de las políticas de empleo juvenil en Chile. *Revista Pueblos y Fronteras*, 11(21), 192-213. <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2016.21>

Rivera-Aguilera, G. (2018). La construcción discursiva del joven trabajador: Un análisis crítico a los informes tendencias mundiales de empleo juvenil. *Universitas Psychologica*, 17(1), 1-14. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy17-1.cdjt>

- Rivera-Aguilera, G., Bork, A. & Nova, C. (2019). El sector empresarial y su influencia en las políticas de empleabilidad en Chile. *Studia Politicae*, 47, 101-128. <http://dx.doi.org/10.22529/sp.2019.47.05>
- Rouleau, L., de Rond, M., & Musca, G. (2014). From the ethnographic turn to new forms of Organizational Ethnography. *Journal of Organizational Ethnography*, 3(1), 2-9. <https://doi.org/10.1108/JOE-02-2014-0006>
- Valenzuela-Garcia, H., Lubbers M. J., & Gordon Rice, J. (2019). Charities under austerity: Ethnographies of poverty and marginality in Western non-profit and charity associations. *Journal of Organizational Ethnography*, 8(1), 2-10. <https://doi.org/10.1108/JOE-04-2019-076>
- Sepúlveda, L., & Valdebenito, M. J. (2019). ¿Estudiar para trabajar? Transición educativa-laboral de los egresados de la Educación Técnico Profesional en Chile. *Psicoperspectivas*, 18(3), 1-14. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue3-fulltext-1661>
- Silva, C., & Burgos, C. (2011). Tiempo mínimo-conocimiento suficiente: La cuasi-etnografía sociotécnica en psicología social. *Psicoperspectivas*, 10(2), 87-108. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol10-Issue2-fulltext-146>
- Sisto, V., & Zelaya, V. (2013). La etnografía de dispositivos como herramienta de análisis y el estudio del managerialismo como práctica loca. *Universitas Psychologica*, 12(4), 1245-1254. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY12-4.edha>
- Szlechter, D., Solarte, L., Teixeira, J., Feregrin, J. Isla, P., & Alcadipani, R. (2020). Estudios Organizacionales en América Latina: Hacia una agenda de investigación.

*Revista de Administración de Empresas*, 60(2), 84-92.

<https://doi.org/10.1590/s0034-759020200202>

Vargas-Monroy, L., & Pujal, M. (2013). Gubernamentalidad, dispositivos de género, raza y trabajo: la conducción de la conducta de las mujeres trabajadoras. *Universitas Psychologica*, 12(4), 1255-1267. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy12-4.gdgt>

Van Maanen, J. (2001). Ethnography as work: Some rules of engagement. *Journal of Management Studies*, 48(1), 218-234. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00980.x>