

La feina no t'estima

Sarah Jaffe qüestiona la nova ètica postfordista que apel·la a l'autorealització mitjançant el treball

Justo Barranco

La feina ens produeix com a subjectes socials i polítics. Ens ajuda a dir-nos com hem de ser. I els canvis en la configuració de l'entorn laboral i del capitalisme les últimes dècades han modificat les nostres expectatives sobre com serà la nostra vida, sobre on i com trobarem la plenitud. Cada època, recorda la reportera nord-americana Sarah Jaffe al llibre *La feina no t'estimarà*, comporta una ètica del treball diferent. I la del capitalisme tardà, en què, remarca, ha triomfat la ideologia del treball per amor, genera, creu, la privatització de l'estress, la proliferació de la depressió i un augment de l'ansietat.

L'ètica actual, desgrana en aquest llibre en què les entrevistes a treballadors s'entrellacen amb les idees de sociòlegs, filòsofs i teòrics polítics, és diferent de la del vell acord fordista amb milions de treballadors a les fàbriques i el salari familiar guanyat per l'home amb la dona a cura dels nens. Una família amb prou diners per comprar de manera que el sistema es continuï reproduint. Un món en què era irrellevant si la gent gaudia en el seu acompliment i en què la feina era una via per a una mobilitat social ascendent.

De l'ètica del treball industrial s'ha passat al món postfordista actual, que ha deslocalitzat fàbriques i ha externalitzat tota mena de feines a una nova ètica, assenyala, en què s'espera de diferents maneres que els treballadors gaudeixin del treball, siguin alegres i flexibles,



PEOPLEIMAGES / GETTY IMAGES



LA FEINA NO T'ESTIMARÀ
Sarah Jaffe

Ara Llibres/Capitàn Swing
600/504 p. | paper, 29,95/
27,50 € | e-book, 11,99 €

tinguin contactes, siguin creatius i empàtics. I els encanti la seva feina –perquè si els agrada, com s'assegura una i altra vegada, en realitat, no treballaran cap dia de la seva vida– encara que saltin d'una ocupació a una altra com monògams en sèrie mentre els horaris s'allarguen i la línia que separa la vida personal de la professional es desdibuixa. Un món en què la seguretat de la pensió després de sortir de l'últim dia de feina per la porta s'ha substituït per sentir-se realitzat.

Així sí, avui es demanen dife-

rents tipus d'amors a la feina, des del càlid somriure i l'empatia genuïna al client als llocs de treball de cara al públic fins a una mena d'amor familiar en el treball assistencial i, per descomptat, un amor romàntic i apassionat arrelat en les velles nocions del treball artístic als llocs que impliquen creativitat, dels treballadors culturals als becaris no remunerats, els acadèmics precaritzats o els programadors informàtics. Un amor que, assumeix Jaffe, no serà mai correspost, perquè ni el treball té sentiments ni el capitalisme pot estimar.

L'autora creu que aquesta nova ètica en què el treball ens ha de proporcionar una cosa semblant a l'autorealització està condemnada al fracàs i que el mite del treball per amor s'esquerda en un context en què els sous de la majoria dels treballadors als EUA estan estancats des de l'època de Reagan. Un món en què treballar la major part del temps que estem deserts no portarà la felicitat, conclou, i en què cada vegada més gent vol una jornada laboral més curta i que permeti més temps lliure mentre la idea de tenir una feina important va perdent força.

La nova ètica espera que els empleats gaudeixin de la feina

En l'ètica del treball industrial no importava si la feina agradava, era una via de mobilitat

FUNDAMENTS DE LA VENTA PROFESSIONAL
Alfonso Ruano

Llibres de Cabecera, Barcelona, 2024
250 p. | paper, 20,90 €



Ser venedor professional, subratlla l'autor, exigeix habilitats molt relacionades amb la proactivitat per emprendre, l'empatia per comprendre, la

creativitat per sorprendre, l'asservitvat per argumentar i la resiliència per aprendre. Ruano aborda en aquest llibre sobre els fonaments de la venda professional el procés de comunicació venedor client a la recerca d'un benefici comú, el paper de cadascun i les diferents etapes que el componen, des de l'ordre fins a la intensitat i la velocitat.

EL PODER DEL CARISMA
Raquel Roca

Lid Editorial
Córdoba, 2024
188 p. | paper, 22,95 €



En un món presidit per la tecnologia i el veloç avenç de la intel·ligència artificial, és el carisma, assegura l'autora, el que distingeix una persona. El carisma, diu, té a veure amb millorar l'habilitat social, amb com ens relacionem, la manera de comunicar-nos, com s'expressa i es mou el cos, la passió, la integritat i una determinada energia: l'equilibri entre la pau i el poder que emana de cadascú. Un potencial que, assegura, és innat en tothom, i que pretén activar amb aquest llibre.

NO SE TRATA DE SI ES VERDE O NO, SINO DE SI ELIMINA O REDUCE LAS EMISIONES
Nemesio Fernández-Cuesta

Deusto, Barcelona, 2024
216 p. | paper, 19,95 € | e-book, 9,99 €



La història dels últims dos segles és la d'un desenvolupament econòmic que ha portat a enormes cotes de benestar, però que requereix una quantitat ingent energia, de la qual el 2023 més del 80% procedia dels combustibles fòssils, tornant a l'atmosfera a una velocitat impensable el carboni captat durant milions d'anys per la vegetació. Nemesio Fernández-Cuesta, exsecretari d'Estat d'Energia, encara la transició energètica des de la realitat del canvi climàtic, però qüestionant dogmes que l'acompanyen.

Pere Suau Sánchez

Catedràtic en gestió del transport aeri, Universitat Oberta de Catalunya

Un pas ferm per a Vueling



Els últims anys el focus mediàtic s'ha centrat en l'ampliació de l'aeroport de Barcelona, però són les aerolínies les que garanteixen la connectivitat necessària per mantenir relacions personals, socials i econòmiques. El preacord de conveni recent entre Vueling i els seus pilots no és només una fita laboral, sinó que estableix les bases per transformar el potencial de connectivitat de Barcelona.

En primer lloc, com a membre d'IAG, Vueling ha de competir per mantenir una posició destacada dins del grup, demostrant la seva capacitat de contribuir al creixement definit pels accionistes. Sense això, no serà prioritària per a la inversió en nous avions. Aquest conveni aporta claredat sobre la seva base de costos, cosa que proporciona la certesa necessària per planificar el seu creixement.

En un mercat competitiu amb aerolínies com ara Ryanair o easyJet, els costos són importants per competir i mantenir preus moderats. Vueling ofereix un producte i experiència superiors als de Ryanair, però la pressió creixent sobre les classes mitjanes podria portar alguns passatgers a optar per opcions més econòmiques, tot i que de menys qualitat. Per tant, aquest acord reforça la posició de Vueling i li permet afrontar la competència amb més solidesa.

Hi ha un tercer aspecte estratègic molt rellevant d'aquest acord. És ben sabut que sectors econòmics anhelan un eix aeri. A diferència de la majoria de les companyies de baix cost, Vueling connecta passatgers entre els seus vols i també amb altres aerolínies amb què té acords, tot i que el seu focus principal és el passatger punt a punt.

Tampoc no coordina els seus vols en funció de les connexions, ja que això reduiria la utilització de les aeronaus i faria augmentar els costos. Tot i això, amb els anys ha volgut maximitzar la connectivitat entre vols sempre que sigui possible sense incidir a coordinar-los en onades. Aquesta connectivitat permet créixer més enllà del

mercat local, omplint avions amb passatgers que no acaben a Barcelona, però que contribueixen a una xarxa de destinacions més densa. No oblidem que Barcelona és la ciutat més ben connectada amb Europa. La fortalesa de Vueling ha convertit a l'aeroport en una gran porta d'entrada i sortida per a viatges internacionals. Les portes d'entrada poden tenir un cert nivell de connectivitat com el d'un eix aeri, com el que ofereix Vueling, però sense l'estructura tradicional de coordinació de vols. Sembla natural continuar desenvolupant aquest model de connectivitat juntament amb Level. Tot i això, escalar-lo a volums propis d'un eix aeri per suportar vols intercontinentals continua sent una tasca àrdua i llarga. Però evitar l'estancament en un mercat madur com el de Barcelona requereix que part del creixement vingui de la connectivitat i aquest conveni permet avançar fermes en aquesta direcció. |