

## SON MENOS INDEPENDIENTES Y MÁS 'EMPRESARIALES'

### Los nuevos profesionales corporativos: o traes valor añadido o estás fuera



Varios doctores trabajan en un quirófano (SXC).

**EL CONFIDENCIAL.** Esteban Hernández 07/08/2011

No son buenos tiempos para médicos, abogados, arquitectos, y demás profesionales liberales: si en las décadas pasadas ocupaban los espacios laborales más relevantes, detentaban notable prestigio social y representaban la aspiración de futuro de muchos jóvenes, **hoy su consideración ha bajado muchos enteros**. En gran medida, porque la notable transformación que está viviendo el mundo del trabajo va en sentido contrario a lo que solían ser las señas de identidad de los viejos expertos. Como asegura **Daniel Muzio**, profesor de la Leeds University Business School, **las viejas profesiones están siendo hoy atacadas porque “han funcionado en régimen de monopolio y han creado sólidas barreras de acceso, lo que no encaja bien con una agenda neoliberal que aboga por la competencia, el mercado abierto y la libre elección de consumidor, pero tampoco con un Estado para el que sus servicios representan una considerable fuente de gasto institucional. Por eso la liberalización es vista en ambos casos como una solución”**.

Fruto de estos cambios están surgiendo nuevas formas de ‘trabajo experto’ al hilo de la sociedad del conocimiento, como son la consultoría, el *project management*, la selección de ejecutivos o las relacionadas con la tecnología de la información, que están sustituyendo en cuanto a demanda a las profesiones tradicionales y para las que se exigen cualidades muy diferentes. Así, mientras las primeras, señala Muzio, estaban basadas en la posesión de conocimiento sólido y contaban con colegios profesionales que les servían tanto para autorregularse como para fijar las normas de acceso a la profesión, “las segundas carecen de esos mecanismos organizativos, están mucho más ligadas a la operatividad empresarial y se basan en la innovación y el compromiso con

los mercados”. Su creciente éxito es, para muchos analistas, **una muestra de la crisis del profesionalismo, que estaría necesitado de nuevos valores y orientaciones, más ligados a modos empresariales y de dirección de organización y funcionamiento**, para desenvolverse con solvencia en el nuevo mundo.

Esta deriva está produciendo dos consecuencias. La primera consiste en el desplazamiento de las profesiones tradicionales hacia formas de acción mucho más cercanas a esos nuevos criterios: cada vez más abogados, médicos, periodistas comienzan a asumir como propias estas actitudes y metas que hasta ahora habían rechazado por perniciosas, **sustituyendo sus viejos valores por orientaciones mercantilizadas**. Así, el éxito de muchas compañías actuales está basado mucho más en su capacidad de influencia que en su saber hacer técnico. **Hay que ser más relaciones públicas y menos rata de biblioteca**.

Para Muzio, “la habilidad para añadir valor al negocio del cliente es ciertamente la meta principal del profesional contemporáneo, lo que requiere cualidades tanto técnicas como relacionales; detentar un conocimiento tanto como saber hacer negocios. Así queda reflejado en los programas de formación de las más importantes firmas de servicios profesionales, que han puesto el énfasis de manera sustancial en las habilidades personales, como saber hacer clientes o ser capaz de trabajar en proyectos internacionales”.

La segunda tendencia alude “al papel principal que están tomando las firmas a la hora de formalizar, sistematizar y pulir el conocimiento que les será útil”, pero también en lo que se refiere a establecer nuevas formas de cierre de las puertas de acceso a la profesión, ahora **menos enfocadas hacia el conocimiento formal y más hacia los servicios profesionales centrados en el cliente**. Resolver los problemas en tiempo real o poseer esa experiencia que permite aplicar en un nuevo proyecto soluciones inventadas para otros clientes son características que definen a esos nuevos profesionales y que les sirven para impedir el paso a quienes quieren establecerse en ese sector.

Así, consultores, cazatalentos y *project managers* han priorizado las estrategias de marketing relacionadas con la innovación, de modo que su tarea principal ya no es perfeccionar su saber, sino “encontrar nuevas y estimulantes formas de ayudar a sus clientes”. Por eso el cambio se ha convertido en el núcleo del nuevo profesionalismo: “Lo que los expertos hacen está mucho más relacionado con modas y tendencias que con un saber estable. **Las profesiones están cada vez más vinculadas a estrategias de marketización, que intentan satisfacer, explotar y reproducir el aparentemente inagotable apetito de los clientes por nuevos servicios, productos y técnicas**”.

### **Al servicio de los intereses empresariales**

En esta deriva, que Muzio denomina profesionalización corporativa en *Towards corporate Professionalization*, (Muzio, **Hodgson, Faulconbridge y Beaverstock**, Current Sociology Vol. 59, No. 4), **los expertos son mucho más dependientes de las firmas en las que trabajan**. No sólo porque “su conocimiento y el papel que desempeñan están muy controlados por sus empleadores de modo que siempre encajen en la estrategia empresarial”; también porque **el profesional tiene pocas formas de hacerse valer**, ya que el caudal formativo que aporta sirve de poco en un contexto en el

que es la empresa la que le enseña cómo debe trabajar y qué tipo de habilidades debe desarrollarse. Esta forma de funcionar, asegura Muzio, “dificulta que los profesionales puedan moverse a otras empresas, ya que su conocimiento es organizacionalmente específico y muy difícil de transferir a otros ámbitos”.

En definitiva, el siglo XXI ha traído nuevos expertos que **“están introduciendo formas de hacer que quedan legitimadas por el mercado y no por la utilidad social**, como ocurría con los viejos profesionales; ya no están regulados por el Estado, sino que éste se ha convertido en cliente de sus servicios; que tampoco tienen una relación de iguales con sus clientes; cuyo ámbito de actuación no es nacional, sino internacional; y que no proveen a la industria de un saber del que ésta carece, sino que coproducen ese conocimiento”.

Y esto indica cambios sustanciales en la perspectiva con la que se contempla la utilidad de las profesiones. En el pasado, las barreras de acceso tenían que ver con la defensa de valores corporativos, pero también con la exigencia de que saberes socialmente importantes fueran desempeñados por las personas adecuadas, de modo que la pericia técnica que requería la realización de determinadas tareas estuviera asegurada gracias a barreras de entrada que nos darían esa seguridad. Hoy, “las profesiones tienen menos que ver con la salvaguarda de esos conocimientos y valores socialmente relevantes y más con operadores técnicos que proveen de valor añadido a las empresas y que lubrican las operaciones del capitalismo global”.