

Sobre los trabajos inútiles

El antropólogo David Graeber denuncia la multiplicación de empleos innecesarios y pide la renta básica

Justo Barranto

El antropólogo David Graeber es una de las figuras del movimiento Occupy Wall Street. Su libro *En deuda* trazó toda una historia alternativa de la economía. Y en el 2013 este profesor del Goldsmith College de Londres provocó un incendio con el artículo *Sobre el fenómeno de los trabajos de mierda*. En él recordaba que en 1930 Keynes imaginó que a finales del siglo XX la tecnología haría que los países ricos tuvieran jornadas laborales de 15 horas a la semana. No ha sido así, aunque en términos tecnológicos, dice Graeber, es posible. Pero pese a la automatización de muchos trabajos productivos, desde Keynes, apunta, se han creado muchos empleos inútiles y mucha gente se pasa la vida en tareas que en su fuero interno piensa que no haría falta realizar. Sin enfermeros, basureros o mecánicos, el mundo sería más difícil, pero quizá no, señala, sin gestores financieros, grupos de presión, investigadores de relaciones públicas o asesores legales. Una de las empresas de investigación de mercados que quizá Graeber considera inútiles, YouGov, encuestó a los británicos: “¿Su trabajo aporta algo significativo al mundo?”. El 37% di-



HIROYUKI ITO / GETTY

Graeber (derecha) debate con Peter Thiel sobre el futuro



TRABAJOS DE MIERDA
David Graeber

Traducción de Iván Barbeitos Ariel, 2018
432 páginas
Papel, 21,90 €
E-book, 12,99 €

jo que no. El 13% no estaba seguro. Así que Graeber decidió profundizar en el tema y escribir el libro *Trabajos de mierda*, que ha tenido una gran acogida incluso en la prensa económica internacional, que ha criticado más los orígenes del problema que plantea Graeber que el problema en sí. En el libro se presenta una taxonomía de los trabajos de mierda. Habría cinco tipos: el primero, los empleados innecesarios, pero que dan más relevancia a los jefes; el segundo, *esbirros* que existen sólo porque alguien los emplea: grupos de presión, especialistas en relaciones públicas y abogados corporativos; el tercero, los parcheadores: resuelven problemas en las empresas que no deberían existir; el cuarto, los marcacasillas, que existen para que una empresa pueda afirmar que está haciendo lo que

no hace; el último: supervisores que supervisan a gente que no lo necesita. Para Graeber, el daño moral de estos trabajos innecesarios es profundo, pero no se habla de ello.

¿Por qué existen? Graeber ve a las élites interesadas en que los trabajadores no tengan tiempo libre y piensen, pero reconoce algo más central: “Somos una civilización basada en el trabajo, pero ni siquiera el trabajo productivo, sino como un fin en sí mismo. Hemos llegado a creer que los hombres y las mujeres que no se esfuerzan más duramente de lo que desean en empleos que no les gustan son mala gente. Es como si hubiésemos dado nuestro consentimiento colectivo para nuestra propia esclavización”. Su solución pasa, como decía Zygmunt Bauman, por desligar trabajo y supervivencia: la renta básica. ●

Joan Bonet Majó

Director de estrategia de mercados de Banca March

El nuevo rumbo de la política monetaria



En su última reunión, la Reserva Federal ha continuado con su lento pero imparable proceso de normalización monetaria. Tras incrementar su balance en 4.500 millones de dólares para superar la crisis del *subprime*, y casi tres años después de la primera subida

de tipos de interés, ha anunciado el octavo aumento de este ciclo. Y tal vez más importante, ha eliminado de su comunicado que “la política monetaria permanece acomodaticia”, sugiriendo que la economía ya evoluciona según lo previsto y a partir de ahora han decidido pasar a una fase de la política monetaria más dependiente de los datos macro y menos basada en sus preanuncios

monetarios (*forward guidance*).

El nuevo periodo se podría asimilar al movimiento de un móvil. Si; uno de esos artilugios que, generalmente suspendidos desde el techo, desafían a la fuerza de la gravedad y se mueven en función de la incidencia del aire reflejando, gracias a su dinamismo, los efectos cambiantes de la luz. Esta original alegoría se utilizó en la construcción de la sede de la Fed de Filadelfia cuando se encargó a Alexander Calder, el precursor de la escultura cinética, la creación de una importante obra para su vestíbulo.

Por el momento, el camino parece claro. Habrá una subida de tipos de interés adicional en diciembre de este año, hasta el nivel 2,25%-2,50%, más otras tres a lo largo de todo el 2019. Incluso es posible que, en función de los datos, en el 2020 los tipos lleguen a alcanzar la zona 3,25%-3,50% superando pun-

tualmente la previsión de tipo neutral a largo plazo, que se sitúa en el 3%.

A partir de ahora, el trabajo de Jerome Powell entra en una nueva fase crucial donde, más que nunca, se monitorizarán sus decisiones. Tendrá que ser capaz de conjugar los tres objetivos principales del banco central que preside (máximo empleo, estabilidad de precios y moderados tipos de interés a largo plazo) con la responsabilidad de mantener la estabilidad y contener los riesgos que puedan surgir en el sistema financiero. Tendrá que gobernar manejando el desequilibrio que existe entre su economía doméstica, que según las últimas cifras ha alcanzado los máximos de crecimiento con una tasa anualizada del 4,2% y un desempleo en zona de mínimos de los últimos 18 años, con un entorno internacional mucho más revuelto; una Europa

que lleva casi cuatro años de retraso en el proceso de normalización monetaria y la desaceleración de algunas economías emergentes presionadas por la renegociación comercial de Donald Trump.

White cascade, que es el nombre del gran móvil de la Reserva Federal, no es, ni mucho menos, la mejor obra del prolífico trabajo de Calder. Eso sí; con más de 30 metros de altura y 10 toneladas, es su mayor escultura, la más grande del mundo. Sus elevadas dimensiones pretenden mostrar al mundo, en términos artísticos, la importancia que tiene la Fed dentro de los bancos centrales globales. Esperemos que Powell lo tenga en cuenta, porque la evolución de la macro y, por tanto, del móvil, se va a mover más que nunca. |

Libros

CÓMO CONSTRUIR UNA STORYBRAND

Donald Miller

Empresa activa

Barcelona, 2018

250 p. | Papel, 15 € | E-book, 5,99 €



El marketing ha cambiado y, asegura el autor, las empresas que invitan a sus clientes a embarcarse en una historia heroica crecen, y las que no, caen en el olvido. La mayoría, afirma, malgastan grandes cantidades de dinero en marketing. El problema no es el producto, sino cómo hablamos de él. Clarificar el mensaje no es tarea fácil, y receta un esquema: el cliente es el héroe, no la marca, y no busca otro héroe sino un guía con un plan. Un héroe que sólo actúa si se le desafia y busca evitar finales trágicos.

WA. CLAVES DE LA CULTURA CORPORATIVA JAPONESA

Álex Fernández de Castro, Jorge Calvo y Pedro Navarrete

Libros de cabecera | Papel, 22 € | E-book, 13 €



De las 500 empresas más grandes del mundo según la lista Fortune Global, 51 son japonesas. Más del 10%, pese a que el país sólo tiene un 1,67% de la población mundial y apenas recursos minerales o energéticos. Que lideren sectores tan competitivos como la automoción, la electrónica o la química se debe, afirman los autores, a la existencia de una cultura corporativa que valora mucho más que en otros lugares el esfuerzo, la calidad, el trabajo a largo plazo, la capacidad de innovación y la fidelidad.