

COLECCIÓN SOCIOLOGÍA:
PERSONAS, ORGANIZACIONES, SOCIEDAD

EL SELF EMPRENDEDOR

Sociología de una forma de subjetivación

El self emprendedor

Sociología de una forma de subjetivación

Ulrich Bröckling

Traducido por Karl Böhmer

Edición general de Alejandro Pelfini

Título original en alemán

Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform

© Surkhamp Verlag Frankfurt and Main 2007

All rights reserved by and controlled through Surkhamp Verlag Berlin.

Ediciones Universidad Alberto Hurtado

Alameda 1869– Santiago de Chile

mgarciam@uahurtado.cl – 56-228897726

www.uahurtado.cl

Impreso en Santiago de Chile

Agosto de 2015, con tiraje inicial de 400 ejemplares

ISBN libro impreso: 978-956-357-044-1

ISBN libro digital: 978-956-357-045-8

Registro de propiedad intelectual N° 256269

Impreso por Gràfhika

Dirección Colección Sociología: Personas, Organizaciones, Sociedad:

Sebastián Ureta

Dirección editorial

Alejandra Stevenson Valdés

Editora ejecutiva

Beatriz García-Huidobro

Diseño de la colección y diagramación interior

Francisca Toral

Imagen de portada

Latinstock



Con las debidas licencias. Todos los derechos reservados. Bajo las sanciones establecidas en las leyes, queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del copyright, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamos públicos.

EL SELF EMPRENDEDOR
SOCIOLOGÍA: DE UNA FORMA DE
SUBJETIVACIÓN

Ulrich Bröckling



EDICIONES
UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO

Índice

NOTA DEL TRADUCTOR.....	11
PRÓLOGO A LA EDICIÓN EN CASTELLANO.....	13
INTRODUCCIÓN.....	17

GENEALOGÍA DE LA SUBJETIVACIÓN:

UN PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN.....	31
<i>Paradojas del self</i>	33
<i>La interpelación al sujeto, el sujeto de la interpelación</i>	40
<i>El gobierno del self</i>	44
<i>Ficciones reales</i>	48
<i>Programas, formas de apropiación, resistencias</i>	51
<i>Problematización del presente</i>	54

CONTORNOS DEL SELF EMPRENDEDOR

UNA BÚSQUEDA DE HUELLAS.....	59
<i>¿Self emprendedor o empresario de su fuerza de trabajo?</i>	62
<i>El triunfo del emprendedor</i>	65
<i>Análisis desde las ciencias sociales</i>	69
Intrapreneuring.....	75
<i>Indicaciones para instalar una Yo-S.A.</i>	78
<i>Después de la New Economy</i>	86

RACIONALIDAD.....

La verdad del mercado - facetas del neoliberalismo.....	91
<i>Un gobierno de la libertad</i>	93
<i>Imperialismo económico</i>	100
<i>La competencia como procedimiento de descubrimiento</i>	109
<i>Puntos de fuga de la gubernamentalidad neoliberal</i>	117

Funciones empresariales.....	120
<i>El empresario como usuario de oportunidades de ganancias</i>	122
<i>El empresario como innovador</i>	126
<i>El empresario como portador de riesgos</i>	128
<i>El empresario como coordinador</i>	130
<i>La racionalidad del actuar empresarial</i>	132
Mundos contractuales.....	137
<i>Ampliación y pluralización de los mundos contractuales</i>	139
<i>Economía de los costos de transacción</i>	143
<i>Una teoría económica del contrato social</i>	147
<i>Una antropología del homo contractualis</i>	152
<i>¿Más allá de la razón contractual?</i>	156
ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS.....	159
Creatividad.....	161
<i>Gobernando la creatividad</i>	162
<i>Antropología</i>	164
<i>Psicología</i>	168
<i>Economía</i>	176
<i>Tecnologías</i>	182
Empoderamiento.....	187
<i>Genealogía</i>	191
<i>Teoría del poder</i>	198
<i>Antropología</i>	201
<i>Niveles y procesos</i>	204
<i>Psicología</i>	206
<i>Estrategias</i>	211
<i>Aporías del empoderamiento</i>	219
Calidad.....	220
<i>Gestión de la Calidad Total</i>	222
<i>Retroalimentación 360°: el panóptico democratizado</i>	240
Proyectos.....	252
<i>Del hacedor de proyectos al proyecto alternativo</i>	256

<i>La “ciudad por proyectos” y “el nuevo espíritu del capitalismo”</i>	263
<i>Gestión de proyectos</i>	270
<i>El proyecto Yo mismo</i>	281
FINAL: VÍAS DE ESCAPE O EL ARTE DE SER	
DIFERENTEMENTE DIFERENTE.....	287
BIBLIOGRAFÍA.....	303

NOTA DEL TRADUCTOR

Enfrentarse a un texto de la sociología alemana contemporánea para ser traducido, es un reto de por sí. Enfrentarse a un texto, como el del sociólogo Ulrich Bröckling no parecía, en un principio, ser un desafío diferente al de traducir cualquier otro/a sociólogo/a alemán/ana. Sin embargo, esa fue una suposición errada. La riqueza idiomática y literaria de su alemán es notoria, otorgándole una belleza y un ritmo que lo conecta a uno con el maestro del nuevo alemán académico: T. W. Adorno. La complejidad de su estructura de pensamiento se ve reflejada, no solo en la densidad del lenguaje utilizado, sino sobre todo en el supuesto “adorniano” de que “todas las frases deberían estar igualmente cercanas al centro” (T. W. Adorno, *Minima Moralia*). Esa norma es, sin lugar a dudas, uno de los mayores retos para el traductor de un texto socio-filosófico alemán contemporáneo. Si uno desea ralmente *trasladar* hacia el lector hispanoparlante tanto la riqueza conceptual del contenido como la elegancia y el ritmo propio de esa vertiente de la Sociología alemana con reminiscencias teóricas y estilísticas claramente *frankfurtianas*, se debe atener estrictamente a la regla de oro de la traducción: ser lo más fiel posible al original, pero, a la vez, lo más creativo posible para que se respeten las reglas lingüísticas del idioma al que se traduce. Así se teje un nuevo texto que efectivamente transmite en la lengua vertida un eco del original.

Aparte de lo dicho anteriormente, es importante hacer notar otras características propias de Ulrich Bröckling que significan un doble desafío: una, es su opción estilística por el uso de la metáfora y lo que yo denominaría “la parábola laica”, la ironía, la referencia oblicua al lenguaje bíblico, como formas de abrir pensamientos para un nuevo campo discursivo. Estos recursos estilísticos arrancan desde la perspectiva de que no todo lo dado debe ser necesariamente lo único posible. Donde se estruc-

tura un nuevo discurso no cabe sino, según el autor, estas formas como un modo de abrir nuevos horizontes. Para el traductor una tarea que no puede ser lograda plenamente, dado que debe optarse por transmitir la densidad conceptual que transportan sus imágenes, antes de respetar toda su riqueza estilística.

Conceptualmente se prefirió, en concordancia con el editor Alejandro Pelfini, por traducir el “Selbst” alemán, no por el “yo” o “sí mismo” sino por el anglicismo “self” (ya de uso generalizado en la Psicología Social a partir de G. H. Mead), ya que no se remite exclusivamente a la interioridad de un ego, sino que incluye y destaca la dimensión interaccional y social en la construcción de la subjetividad. Además, el término alemán *Unternehmer* planteaba una dificultad adicional, ya que el mismo puede traducirse tanto por “empresario” como por “emprendedor”. Por lo tanto, se optó por traducirlo como “empresario” cuando se hace referencia a una actividad estrictamente económica y donde así es catalogado por la literatura económica más bien clásica, y como “emprendedor” cuando se trata de individuos interpelados y orientados por el régimen de subjetivación que el libro se propone reconstruir.

Además, se conservó en lo posible la creación de neologismos, que como ya ha sido indicado en el caso de la metáfora, corresponden a la necesidad de generar un campo discursivo nuevo, en pos de conservar la fidelidad lingüística y de contenido del original. Para evitar demasiadas aclaraciones y notas a pie de página, las cursivas y términos en inglés que aparecen en el original se reproducen sin modificaciones. En algunos casos y para evitar confusiones se hace la aclaración correspondiente.

Para finalizar, se trató sobre todo de transmitir en el texto castellano el ritmo pausado, complejo, elegante, del texto alemán, que identifica tan acertadamente en el oído musical interno del lector del original al académico observador, reflexivo, pero a su vez denunciante de situaciones de dominio y sujeción; en resumen, al intelectual que escribe *cum ira et studio* (con pasión y dedicación) para citar de nuevo al maestro T. W. Adorno.

Por último, desearía agradecer por las primeras correcciones a la traducción por el periodista Rodrigo Alvarado y su esposa Ximena Ramos y, obviamente, a la paciencia del editor Alejandro Pelfini.

KARL BÖHMER
Santiago de Chile, 15 de mayo de 2015

PRÓLOGO A LA EDICIÓN EN CASTELLANO

Ser un emprendedor no es solo una profesión o un llamado, no es solo un modo de actividad económica o un algo consagrado por el derecho privado. Deber y querer ser emprendedor es también un modo de concebirse y de orientarse a sí mismo y a los otros: es decir, se trata de una forma de subjetivación. El actuar emprendedor designa menos un estado de cosas que un campo de fuerza: es una meta a la que apuntan los individuos, una medida según la cual juzgan su actividad, un ejercicio cotidiano que cultivan, y un generador de verdad, ante el cual se reconocen. Esta forma de subjetivación no se limita a un microempresario o dueño de algún capital, sino que es una exigencia que se le hace a todos y a cada uno. El llamado a convertirse en empresario de sí mismo y actuar en forma correspondiente debe ser un constante proceso de trabajo con uno mismo que se pone y debe mantenerse en marcha. Emprendedor se es continuo y solamente *à venir* —siempre en un convertirse en, nunca en un serlo.

En los contextos más diferentes los individuos son interpelados hoy en día para llegar a ser empresarios de sí mismos. Y esto es posible porque en su vida cotidiana experimentan el hecho que el orientarse hacia ese campo de fuerza les procura un reconocimiento social fundamental. Más aún: les permite de hecho participar en la vida social. Movidos por el deseo de permanecer comunicacionalmente conectados e impulsados por el miedo de quedar fuera de la sociedad de la competencia, los individuos crean una realidad tal que resguarda la apelación emprendedora como algo dado.

El campo de fuerza emprendedor podrá liberar potencialidades desconocidas, pero conduce también a una sobreexigencia permanente. Ciertamente que esto fortalece la confianza en uno mismo, lo que los psicólogos denominan como *self efficacy*, pero también acrecienta la sensación de la propia impotencia. Aunque despierte el entusiasmo, también produce una furia indomable no menor. La competencia es impulsada

por la promesa de que la felicidad saludará al más abnegado, pero incluso el mayor esfuerzo tampoco conjurará el peligro del fracaso. A los individuos no les queda otra opción que balancear subjetivamente la contradicción objetiva entre la expectativa de ascenso social y el miedo a desclasarse, entre empoderamiento y desaliento, euforia y desesperación.

Estas son, en forma resumida, algunas de las tesis centrales de este libro. Fue publicado originalmente en alemán en 2007; esto es, un año antes de la crisis financiera global que conmocionó a la economía mundial de una forma que no se había visto desde la crisis de 1929. ¿Se ven por ello desactualizados los argumentos del libro? ¿O, por el contrario, el diagnóstico de una expansión del self emprendedor ha ganado en vigencia luego de la crisis de 2008?

Mucho habla a favor de que el radicalismo mercantil neoliberal se hubiera amortiguado con los sucesos luego de la bancarrota de *Lehman Brothers*. Esto tiene implicancias no solo en los presupuestos estatales y en los mercados de capital, sino también en los modos de subjetivación hegemónicos. De todas maneras, la figura social del self emprendedor no desaparece en ningún caso. Por el contrario, con la crisis ha aumentado la presión sobre los individuos para que desarrollen características distintivas para imponerse en la competencia. Sin embargo, al empresario de la propia vida habría que engazarle hoy en día la figura del *indebted man* (el hombre endeudado)¹. Mientras que el self emprendedor está ocupado principalmente de olfatear oportunidades de ganancia y de aprovecharlas efectivamente, el self endeudado debe demostrar su solvencia una y otra vez. En tanto al self emprendedor se le exigen constantemente creatividad, orientación al cliente, fuerza innovadora y disposición al riesgo, así el sujeto deudor debe permanentemente mostrarse transparente, dar cuenta de su condición financiera y hacer creíble que es capaz de rendir sus créditos. Nunca estará completamente listo o logrado ni el primero con su auto-optimización, ni el segundo con su auto-revelación.

Este estudio muestra la imagen del self emprendedor desde una perspectiva occidental, o más precisamente, desde una mirada alemana. Mucho de esto puede derivarse sin duda alguna a otras sociedades contemporáneas. También las interpelaciones al sujeto se encuentran hace rato en la succión de la globalización. De todos modos, sigue habiendo coloraciones culturales, inercias, pliegues y dependencias de la trayectoria. El

1. Maurizio Lazzarato, *The Making of the Indebted Man. Essay on the Neoliberal Condition*, Los Angeles: Semiotext(e), 2012.

“nuevo espíritu del capitalismo”² tiene más de una cara. En las economías informales de países de África, Latinoamérica y Asia, pero también en las metrópolis del mundo desarrollado existe un ejército de millones de virtuosos emprendedores cotidianos que deben emplear todas sus fuerzas en actuar en forma emprendedora para sobrevivir, en el estricto sentido de la palabra. Lo que los impulsa no es el sueño del ascenso de lavaplatos a millonario, sino el estómago vacío. Si se quiere buscar personas que se acerquen a esa imagen del self emprendedor, se haría bien en dejar de clavar los ojos en los inteligentes caballeros de la felicidad propios de los *start-ups* de la *New Economy*, sino también tener presentes a los/las recolectores/as de botellas plásticas en los basurales de Lagos o a los jóvenes limpiavidrios en los semáforos de Ciudad de México. O bien y para permanecer en lo próximo, a los/las vendedores/as de flores en los bares.

Agradezco a Karl Böhmer por la cuidada traducción que ha llevado el alemán académico original a un castellano legible. También a Alejandro Pelfini por la dedicada revisión de esta traducción y de las referencias bibliográficas. La ayuda de Daniel Schumann también ha sido invaluable en este sentido.

ULRICH BRÖCKLING
Freiburg, junio de 2015

2. Luc Boltanski, Eve Chiapello, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid 2002.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

*Originalmente el portero pretendió confeccionar una genealogía del sujeto económico. Pero él prefiere el anacronismo. Por eso se había convertido en portero. ¿O el anacronismo consistiría en escribir la genealogía del sujeto económico?*¹

El hecho de que las empresas tengan un alma es “una de las noticias más terribles del mundo”, clamaba el filósofo francés Gilles Deleuze² a principios de los años noventa. Esto solo es superado por la exigencia de que cada uno debe arreglárselas para convertirse, hasta en el último rincón de su alma, en un empresario de sí mismo; tal cual lo predicaban innumerables gurús de la motivación y entrenadores de la gestión de uno mismo, pero también economistas, expertos en educación, investigadores de tendencias y políticos de (casi) todas las tendencias. Este libro trata justamente de esta exigencia, de la demanda social que genera y del campo de fuerza que se estructura en torno a ella. El self emprendedor, su título, es sinónimo de un abanico de esquemas interpretativos con los cuales hoy en día los seres humanos se entienden a sí mismos y a sus modos de existencia, los requisitos normativos y oferta de roles con los que orientan sus acciones y sus omisiones, como también los arreglos institucionales y las tecnologías sociales y del yo que deberían regular su conducta. Dicho de otro modo y tomando un término de moda del mundo empresarial: el self emprendedor es un ideal.

Esta figura es utilizada en el mismo sentido en el informe final de la “Comisión de Baviera y Sajonia para Cuestiones del Futuro” del año 1997. Un documento clave para la discusión alemana y que eleva, en forma patente, esta figura al rango de una meta política y prevé mucho de lo que desde entonces se ha vertido en agendas reformadoras. En este infor-

1. Ernst-Wilhelm Händler: *Wenn wir sterben*, Frankfurt/M. 2002, p. 470.

2. Gilles Deleuze: Post-scriptum sobre las sociedades de control, en: *Ibid.: Conversaciones 1972-1990*, Valencia 1997, p. 282.

me se establece que “el ideario del futuro es el individuo como empresario de su fuerza de trabajo y previsión de su existencia. Hay que activar este entendimiento y permitir un mayor despliegue de la iniciativa y responsabilidad propia, es decir, lo empresarial en la sociedad”³. En la “empresadora sociedad del conocimiento” del siglo XXI ya no se requeriría de “perfectos copistas de esquemas pre diseñados”, tal cual lo necesitara y produjera la “sociedad industrial centrada en el empleado” del siglo XX. La sociedad y la industria dependerían más bien de personas “creativas, con espíritu emprendedor, las cuales, en un mayor nivel que hasta ahora, sean capaces de asumir responsabilidades propias y ajenas en todos los asuntos”. La tarea del Estado consistiría entonces en sostener este proceso de transición; la política “debería asumir nuevamente un marco ordenador y conducir la sociedad en base a valores”. Cada medida que estimule “más acción y responsabilidad empresarial” llevaría directamente a “menos Estado benefactor”, lo cual, a su vez, no debiera ser visto “solo como pérdida, sino que también como ganancia para el individuo y la sociedad”. Esta es una visión que aún es rechazada por gran parte de la población. Por ello se hace necesario –continúa el informe– que para poder seguir este cambio, la voluntad de la población sea reforzada por la ciencia y los medios de comunicación, además de la política. Este tono imperativo se anuda a la amenaza respecto a que en Alemania “el existente bienestar material, casi inigualable a nivel internacional, acoplado a la paz social, a un alto grado de seguridad interna y externa, a mucho tiempo libre, entre otros muchos”, podría “desmoronarse como un castillo de naipes” si es que no hay una reorientación hacia la acción empresarial de las visiones y conductas individuales, como también de los ideales colectivos⁴. Esto convierte al mismo informe en parte del campo de fuerza que él mismo desea originar.

El presente estudio se centra en el funcionamiento de este campo de fuerza, en las energías que se encuentran y desatan dentro del mismo, en la orientación, o bien, en las orientaciones contradictorias a las que somete a los individuos y, de no menor importancia, de cómo cada uno estructura sus movimientos en concordancia a las exigencias a las que

-
3. Kommission für Zukunftsfragen Bayern – Sachsen (Ed.): *Erwerbstätigkeit und Arbeitslosigkeit in Deutschland. Entwicklung, Ursachen und Maßnahmen, Teil III: Maßnahmen zur Verbesserung der Beschäftigungslage*, Bonn 1997, p. 36, www.bayern.de/wirtschaftsstandort/Zukunftsfragen/ (13.10.2005).
 4. *Ibíd.*, pp. 44, 40, 37 ss., 35.

es sometido por esta fuerza de succión. Al igual que el informe de la comisión, el self emprendedor se entiende a sí mismo como un programa gubernamental. A diferencia del informe de expertos solicitado por el Estado, que con énfasis exige la puesta en marcha de su programa, el presente trabajo se centra en hacer visibles sus elementos estratégicos y, a su vez, visibilizar la sobrecarga constitutiva así como también la lógica de la exclusión y de culpabilidad a la que son sometidos los individuos. También amplía, siguiendo el sendero de las conferencias de Michel Foucault en torno a la Historia de la Gubernamentalidad⁵, además de los posteriores *Studies of Governmentality*⁶, el concepto del gobernar a un ámbito más allá de la intervención estatal y lo relaciona con toda forma planificada de intervención sobre la conducta humana. El campo de fuerza del self emprendedor se nutre de muchas fuentes, no solo de las decisiones de la administración política y de las recomendaciones de sus asesores científicos.

Así de heterogéneos son los materiales con los que se trabajó para el presente texto. Se analizan, entre otras, teorías macroeconómicas, psicológicas y sociológicas; además de programas de gestión, técnicas de creatividad, de cooperación y comunicación; como asimismo libros del *How to*, cuyo denominador común es la minuciosa descripción de la ra-

-
5. Michel Foucault: *Seguridad, territorio, población. Curso en el Collège de France: 1977-1978*, Buenos Aires 2006; *Ibíd.: Nacimiento de la biopolítica. Curso en el Collège de France: 1978-1979*, Buenos Aires 2007.
 6. Comparar para una visión general: Thomas Lemke/Susanne Krasmann/Ulrich Bröckling: "Gouvernementalität, Neoliberalismus, Selbsttechnologien. Eine Einleitung", en: Ulrich Bröckling/Susanne Krasmann/Thomas Lemke (Eds.): *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*, Frankfurt/M. 2000, pp. 7-40. Conceptualmente adhiero, aquí y en adelante, a Thomas Osborne, el cual diferencia entre *Studies of Governmentality* y *Governmentality Studies*: "¡los primeros proceden en forma nominalista y en el fondo son un ejercicio en la historia del pensamiento. Los últimos se asemejan más a un sociología política realista en búsqueda de aquellas generalizaciones más o menos regulares sobre nuestro presente, de las cuales las nombradas en forma primera tratan de liberarnos!". El punto de partida de los *Studies of Governmentality* "si bien no [es] indiferente en torno a esas preguntas, las cuales son prioritarias para las ciencias sociales, tiene sin embargo otro punto de partida, que debería ser respetado como tal. De otra forma se crea probablemente una escisión simétrica. En eso, los sociólogos echan de menos la poca importancia que se le otorga a lo social en los *Studies of Governmentality*, y aquellos que se centran en la gubernamentalidad encuentran que la sociología tiene poco interés en cuestiones del gobernar. Esto, a pesar de que ambas investigaciones —haciendo caso omiso del despreocupado amalgama *Governmentality Studies*— hagan cosas completamente diferentes. *Vive la difference*" (*Ibíd.* "Techniken und Subjekte: Von den, Governmentality Studies' zu den, Studies of Governmentality", en: *Demokratie. Arbeit. Selbst. Analysen liberal-demokratischer Gesellschaften im Anschluss an Michel Foucault, Mitteilungen des Instituts für Wissenschaft und Kunst Wien*, 56 (2001), N° 2/3, p. 14).

cionalidad de la conducta empresarial y/o procedimientos con los cuales las personas pueden acercar su conducta al modelo. El campo de fuerza del self emprendedor es un campo discursivo; sin embargo, también es mucho más que ello. La investigación se basa en libros, artículos de revistas y otros escritos publicados, pero, en general, son textos de un carácter eminentemente práctico. Los manuales de coaching, libros de texto, consejeros de éxito a otros libros de ayuda intentan menos convencer argumentativamente que guiar la acción (y pocas veces brillan por su lucidez intelectual sino que invocan o bien un tono predominantemente técnico o bien uno emotivo-amenazante). Estas publicaciones definen el espacio de lo que hay que decir y de lo que hay que conocer, pero sobre todo, señalan lo que es realizable. No solo responden a la pregunta “¿qué debo hacer?”, sino que transmiten en forma detallada instrucciones, del cómo *puedo* hacer lo que *debo* hacer.

Por cierto que la medición del campo de fuerza empresarial no permite determinar la forma en que las personas realmente actúan dentro de este. Las reglas o regularidades (también en relación a la desviación de la regla) dirigen sus conductas; son de interés del presente trabajo solo en tanto estas influyan en las estrategias y tecnologías del self emprendedor. En forma más precisa, lo que se investiga es entonces un régimen de subjetivación, no lo que los sujetos sometidos bajo este régimen y en ese sometimiento constituidos a sí mismos como sujetos realmente dicen y hacen. La pregunta no es cuánto poder efectivo posee el postulado generalizado del actuar emprendedoramente, sino de qué forma despliega su repercusión. Se trata de establecer una gramática del gobernar y del gobernarse, aunque no una reconstrucción de mundos de sentido subjetivos, de orientaciones de la acción o de cambios en la estructura social. En un sentido figurado: lo que se investiga es la corriente que empuja a las personas en una dirección y no hasta donde se dejan llevar, la utilizan para avanzar o cómo tratan de evitarla o de nadar contra ella.

Concentrarse en las racionalidades y programas que dominan el campo de fuerza del self emprendedor acrecienta el peligro de reforzar el sentido de inevitabilidad que de este mismo se desprende. Para conjurar ese peligro este trabajo intenta diseccionar sus antinomias como, por ejemplo, la que surge de la determinación propia o ajena, del cálculo y la acción racional presionadas por la incertidumbre, entre cooperación y competencia. Estas son expuestas para dejar abierto el abismo entre lo

exigido en forma ilimitada y su concreción limitada. En adelante no se trata solamente de establecer lo que el individuo debe hacer y cómo se le presenta la posibilidad de realizarlo, sino también de destacar el hecho de cómo sus esfuerzos siempre le conducen al fracaso y nunca puedan satisfacer lo exigido.

Un propósito de esta naturaleza es contrario a la tradicional investigación sociológica compartimentalizada, pero puede ser adjudicada a varios ámbitos. Este estudio se entiende en principio como un aporte a una sociología política, la que no reduce “la acción política a jefes de Estado y del Estado”, sino que se interesa por la micropolítica de la vida cotidiana, por las estructuras de gobernanza y, para generalizarlo aún más, por las formas en que los individuos e instituciones privadas y públicas solucionan sus asuntos comunes.

La acción empresarial representa, sin lugar a duda, una forma específica de acción económica, y aquello que aquí denominamos campo de fuerza describe una dinámica de la economización. La pregunta de investigación planteada en lo sucesivo es del ámbito de la sociología económica, en cuanto explora la forma cómo esta acción es hecha verosímil y es difundida. Un antiguo y acertado dicho del economista James Duesenberry, acerca de que la economía trata de las elecciones que hacen los individuos, mientras la sociología demuestra que los actores no tienen elección⁷. Este trabajo concluye, a diferencia de lo anterior, que la actual economización de lo social no le deja al individuo otra elección que la de elegir permanentemente entre alternativas que, sin embargo, ellos no han escogido. Ellos están obligados a ser libres.

El modelo del self emprendedor despliega su dinámica propia, obviamente, en el ámbito del que proviene: el mundo de las empresas. En la sociología del trabajo e industrial y también en la organizacional se discute, desde hace bastante tiempo, cómo las transformadas formas de la organización del trabajo y de la gestión han acorralado al trabajador de la era fordista, es decir, aquel tipo de persona que el Informe de la Comisión

7. James Duesenberry: “Comment on ‘An Economic Analysis of Fertility’”, en: The Universities National Bureau Committee for Economic Research (Ed.): *Demographic and Economic Change in Developed Countries*, Princeton 1960, citado por Jens Beckert: *Grenzen des Marktes. Die sozialen Grundlagen wirtschaftlicher Effizienz*, Frankfurt/M. 1997, p. 11. Beckert señala, con razón, que esta oposición no corresponde ni a una descripción apropiada del estado actual de ambas disciplinas, ni a su actual relación entre ellas.

para Cuestiones del Futuro –tal como lo hemos citado– caricaturiza, sin carecer de cinismo, como el “perfecto copista de esquemas pre diseñados”, para que en su lugar un nuevo tipo lo reemplace, el empresario de su propia fuerza de trabajo⁸. El presente trabajo continúa con esta discusión en cuanto investiga cómo los conceptos contemporáneos de gestión obligan a todos los trabajadores a un actuar emprendedor y del tipo de estrategias de autonomización, responsabilización y flexibilización que deben movilizar para ello.

El self emprendedor es un descendiente del *homo oeconomicus*, aquel constructo antropológico sobre el cual los economistas realizan sus modelizaciones del comportamiento humano. Con eso la descripción de este ser se enmarca también en el campo de una antropología que analiza formas humanas implícitas y explícitas y sus efectos sobre los cambios conductuales. Al tratar con sanciones con expectativas de comportamiento sancionadas informalmente (la fabricación del self emprendedor opera con promesas de éxito y amenazas de descenso), el presente estudio también lo podríamos entender como una sociología de las normas. Además, con el interés en torno a los mecanismos que se emplean en esta fabricación, aporta una contribución a un campo de investigación que, fuera del ámbito de los estudios sobre gubernamentalidad, no conoce aún una sistematización y que podríamos denominar como sociología de las tecnologías sociales y del yo. Es aquí, al menos, donde la sociología debe demostrar su capacidad de reflexión sobre sí misma, en la medida en que las tecnologías de conducción humana empresarial también se basan en resultados y metodologías de investigación de las ciencias sociales.

Finalmente, debemos mencionar la sociología cultural. En este ámbito nuestra atención se centra sobre lo que en el ámbito anglófono se denomina como *enterprise culture* y que en alemán es traducido, en forma deficiente, como cultura empresarial. Aquí no lo entendemos como aquel “sentimiento de un nosotros”, que es permanentemente evocado o estimulado por representaciones, rituales, narrativas o códigos de conductas que promueven la identificación de los colaboradores con “su” empresa, para darle una imagen distintiva. Tampoco relacionamos el concepto con aquellos intra e inframundos que describen los etnólogos del mundo laboral. Con cultura empresarial denominamos aquí, más bien, el orden simbólico

8. Para una discusión más profunda de este concepto ver Capítulo II.

de aquel campo de fuerza que eleva la máxima “actúa emprendedoramente” como regla suprema de la conducción de sí mismo y de otros.

En torno a la estructura de la investigación

¿Cómo es posible operacionalizar una propuesta de investigación situada en un campo tan variado? Este libro renuncia a (re)construir el campo de fuerza del self emprendedor a partir de una perspectiva central. En su lugar reúne una serie de investigaciones individuales que se aproximan a este régimen de subjetivación desde diferentes ángulos y privilegian los resultados ejemplares por sobre una presentación sistemática. La coherencia del todo se basa en la convergencia de las líneas calcadas y no sobre una arquitectura en la que cada elemento ocupa un lugar determinado.

El trabajo se inicia con una sección metodológica (Capítulo I) que describe, a grandes rasgos, la propuesta de investigación e incorpora, especialmente, contribuciones de Michel Foucault, Louis Althusser, Nikolas Rose, pero también de Gunther Teubner y Michael Hutter, y frente a otras teorías sociológicas prosigue el proyecto de construcción, de una “Genealogía de la Subjetivación”. En esta fase aún no abordamos el self emprendedor, sino, en forma general sobre lo que entenderemos en torno al régimen de subjetivación y cómo se debe abordar su investigación.

El siguiente apartado (Capítulo II) emprende una búsqueda de sus huellas y presenta la carrera que desde los años ochenta ha tenido el self emprendedor y sus conceptos emparentados, como el de *intrapreneur* o la SA-Yo en el periodismo político, en los análisis coyunturales de las ciencias sociales, en los discursos gerenciales y, finalmente, en las medidas de política social para acrecentar la empleabilidad, como en la llamada Reforma Hartz en Alemania. A ello se le antepone una discusión con la tesis introducida por G. Günter Voß y Hans J. Pongratz sobre la transición del trabajador al empresario de su propia fuerza de trabajo que ejemplifica, a pesar de la existencia de cierto paralelismo en la noción básica, una perspectiva de investigación divergente.

El régimen de la subjetivación del self emprendedor también es un régimen del saber, cuyo poder consiste en transmitirle al ser humano una verdad sobre él y sobre la lógica de su conducta y de sus relaciones sociales. Este aspecto es abordado en el Capítulo III y analiza aquellas teorías

y escuelas de pensamiento económicas que le otorgan plausibilidad al régimen del emprendimiento y que fundamentan la racionalidad de la actividad empresarial.

Una primera sección de ese capítulo reconstruye cómo los pensadores precursores del ordoliberalismo alemán, los teóricos estadounidenses del capital humano, como así mismo el más conspicuo representante de la escuela austríaca de la economía política, Friedrich von Hayek, instalan al mercado como aquella instancia que garantiza una óptima (auto) regulación de la circulación societal. La competencia de los actores del mercado, quienes son ni más ni menos que los individuos empresarios, surge en esta perspectiva como el generador no solo de la razón económica sino también de la razón política y debe, por ello, estar libre de todo tipo de restricción y ser reforzada por condiciones marco favorables. En esta confrontación se esclarecen, a la vez, los diferentes orígenes de estas tres variantes del neoliberalismo: mientras el debate del ordoliberalismo se centra en torno a la protección política de las reglas de la competencia y la teoría del capital humano modela al *homo oeconomicus* como un self emprendedor cuya conducta humana es considerada, en general, como un actuar bajo las condiciones de competencia, von Hayek enfatiza en la parte aleatoria del acontecer en el mercado e interpreta la competencia como proceso evolutivo que se abre camino independientemente de la voluntad de los individuos.

La pregunta sobre qué diferencia el actuar empresarial de otras formas de actividad humana, es abordada en la siguiente sección del Capítulo III. Allí no se indaga sobre atributos personales de los empresarios, tal cual lo identifica la psicología empresarial, sino la determinación económica de las funciones empresariales, como ha sido elaborada, especialmente, por Ludwig von Mises, Israel M. Kirzner, Joseph Schumpeter, Frank H. Knight y Mark Casson. Los empresarios, según esas funciones, utilizan, en primer lugar, oportunidades de lucro especulativo; son, en segundo lugar, innovadores en cuanto destructores creativos de formas de producción y distribución existentes; cargan, en tercer lugar, los riesgos de empresas económicas; y, en cuarto lugar, se preocupan como coordinadores del proceso productivo de la optimización de la asignación de recursos. Estas cuatro funciones básicas convergen en su dinámica de ruptura de límites y de sobrepujamiento, imponiéndole al actuar empresarial una exigencia a compararse.

Posteriormente, en el Capítulo III trata del contrato y, con ello, de aquella institución social que regula las relaciones de intercambio y, a la vez, la acción empresarial. Partiendo de la observación de que en la actualidad el principio del contrato se extiende también sobre formas de relación no reguladas contractualmente y que la forma específica del contrato económico desplaza a otras tradiciones contractuales, se investiga, en primer término, cómo la economía de los costos de transacción (Armen A. Alchian/Harold Demsetz, Oliver E. Williamson) define las cuestiones relativas a la organización social como si fueran arreglos contractuales para que sean evaluados, estrictamente, en relación a los costos de transacción resultantes. De igual manera, la decisión por una u otra forma de acuerdo está sometida a un cálculo económico y, con ello, se encuentra sujeta al riesgo empresarial. La teoría económica del contrato social de James Buchanan interpreta también al Estado como un resultado del cálculos individuales de maximización de utilidades. Para perseguir en forma óptima sus preferencias, las personas concuerdan, según su argumento, en reglas de juego colectivas, destinadas especialmente a la protección de su propiedad. Si bien con estas reglas coartan su libertad de acción, se posicionan, sin embargo, mejor que sin derechos de uso garantizados por el Estado. Los modelos de contrato de los enfoques institucionalistas de la economía se construyen sobre una antropología que concibe al ser humano como dueño de sí mismo. Para acumular su capital humano debe partirse en un conjunto de activos y en una instancia en la que estos activos sean administrados en el intercambio y cooperación en forma rentable.

El cuarto capítulo del presente trabajo demuestra que el self emprendedor no representa, de ninguna forma, un constructo producto de la teoría económica, sino que es a su vez un objetivo inscrito en las estrategias de conducción social contemporáneas. Se analizan cuatro conceptos claves –creatividad, empoderamiento, calidad y proyecto– que dilucidan diferentes facetas del actuar empresarial y los cuales, a su vez, las transforman en tecnologías sociales y del yo.

Cuando hablamos de creatividad, nos referimos al aspecto de la innovación, al reconocer y capturar posibilidades de ganancias y a la destrucción creativa que crea espacio para lo nuevo. Entre otras cosas, se discute sobre cómo la psicología de la creatividad conceptualiza la capacidad para lograr algo nuevo, tanto como propiedad antropológica como idea de

norma y objetivo social, y como competencia que puede aprenderse, además de poner a disposición técnicas adecuadas para construir y reforzar dichas competencias.

El self emprendedor debe ser un self autónomo y activo, cuya confianza por su propia capacidad debe ser reforzada y en forma permanente deba cerciorarse de su autoconfianza. Para ello se utilizan las estrategias del empoderamiento, que son abordadas tanto desde sus raíces en las luchas emancipatorias de los movimientos sociales de base, como, fundamentalmente, en sus diferentes campos de aplicación y tecnologías de apropiación. Con ello, en última instancia, se dilucida la paradoja de los programas de empoderamiento que le adjudican a los destinatarios aquella impotencia, para cuya superación luego se ofrecen.

La palabra clave, “calidad”, se refiere a la necesidad a la que se somete el self emprendedor de comercializar de tal forma su capital humano, que encuentre compradores para las habilidades y productos puestos a la venta. Dicho de otra forma, calidad es sinónimo de orientación al cliente, tal cual se demuestra en el *Total Quality Management* (Gestión de la Calidad Total), que pretende garantizar continuos mejoramientos y aseguramiento de la calidad a través de sofisticados mecanismos de control y con ello transfiere en forma consecuente el modelo del mercado a las relaciones al interior de la empresa. Además, con la Retroalimentación 360° (*360°-Feedback*) se presenta un procedimiento que ata a empleados y superiores en un sistema panóptico de relaciones y evaluaciones recíprocas, con lo cual se pretende lograr una dinámica de permanente autooptimización.

La siguiente sección del Capítulo IV se dedica a los proyectos. En ello se trata, por una parte, la secuenciación del trabajo (finalmente de toda la vida) en emprendimientos con tiempo limitado, que le impone al self emprendedor el masivo grado de flexibilidad; y, por otro lado, de un modo específico de cooperación (“equipos de trabajo de proyectos”) que tanto permite como fuerza un alto grado de autoorganización. En primer lugar, el capítulo reconstruye la genealogía del “hacer proyectos” desde el “*Essay upon Projects*” de Daniel Defoe, pasando por los proyectos alternativos de los años setenta, para luego describir, en base de una discusión con la obra *El nuevo espíritu del capitalismo* de Luc Boltanski y Eve Chiapello, el perfil de requerimientos de un trabajador por proyectos. Las siguientes secciones, en base de manuales claves, analizan las tecnologías que se preocupan por una gestión de proyecto sin contra-

tiempos y que velan por el cumplimiento del automodelamiento del yo como proyecto.

Al final (Capítulo V), la investigación regresa a aquel malestar que la originó. Tanto más claro se visualizaban en su despliegue los contornos del self emprendedor, tanto más claros aparecían sus lados oscuros: las ilimitadas imposiciones de la optimización, la implacable selección de la competencia, el imparable temor al fracaso. El self emprendedor no solo es lo que todos desean ser, sino también aquello que amenaza a todos. Es una buena razón para querer salirse del campo de fuerza de la interpelación empresarial. El malestar fue aumentando con el avance del trabajo en tanto se demostró cómo los mecanismos del mercado absorben o marginalizan los impulsos que se le oponen y confrontan al self emprendedor con la norma de ser inconformista. El capítulo final presenta con el agotamiento, la ironía y la resistencia pasiva, tres irritaciones del campo de fuerza empresarial y finaliza con reflexiones sobre la pregunta de cómo la compulsión por ser diferente podría transformarse en el arte de ser diferentemente diferente.

Algunas de las reflexiones se basan en conferencias y artículos que he publicado en otros sitios⁹, que fueron revisadas y ampliadas para el presente trabajo. Le agradezco a Wolfgang Essbach, Ulrich Jaekel, Stefan

-
9. "Totale Mobilmachung. Menschenführung im Qualitäts- und Selbstmanagement", en: Ulrich Bröckling/Susanne Krasmann/Thomas Lemke (Eds.): *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*, Frankfurt/M. 2000, pp. 131-167; "Das unternehmerische Selbst und seine Geschlechter. Gender-Konstruktionen in Erfolgsratgebern", en: *Leviathan*, 30 (2002), pp. 175-194; "Jeder könnte, aber nicht alle können. Konturen des unternehmerischen Selbst", en: *Mittelweg* 36, 11 (2002), H. 4, Aug./Sep., pp. 6-26; "Diktat des Komparativs. Zur Anthropologie des 'unternehmerischen Selbst'", en: Ulrich Bröckling/Eva Horn (Eds.): *Anthropologie der Arbeit*, Tübingen 2002, pp. 157-173; "Das demokratisierte Panopticon. Subjektivierung und Kontrolle im 360°-Feedback", en: Axel Honneth/Martin Saar (Eds.): *Michel Foucault. Zwischenbilanz einer Rezeption. Frankfurter Foucault-Konferenz 2001*, Frankfurt/M. 2003, pp. 77-93; "You are not responsible for being down, but you are responsible for getting up. Über Empowerment", en: *Leviathan*, 31 (2003), pp. 323-344; "Menschenökonomie, Humankapital. Eine Kritik der biopolitischen Ökonomie", en: Ulrich Bröckling et al. (Eds.): *Disziplinen des Lebens. Zwischen Anthropologie, Literatur und Politik*, Tübingen 2004, pp. 275-295; "Über Kreativität. Ein Brainstorming", en: Ulrich Bröckling/Axel T. Paul/Stefan Kaufmann (Eds.): *Vernunft – Entwicklung – Leben. Schlüsselbegriffe der Moderne*, München 2004, pp. 235-243; los artículos "Empowerment", "Kontrakt", "Kreativität", "Unternehmer", en: Ulrich Bröckling/Susanne Krasmann/Thomas Lemke (Eds.): *Glossar der Gegenwart*, Frankfurt/M. 2004, pp. 55-62, 132-138, 139-144, 271-276; "Projektwelten. Anatomie einer Vergesellschaftungsform", en: *Leviathan*, 33 (2005), pp. 364-383; "Gendering the Enterprising self. Subjectification Programs and Gender Differences in Guides to Success", en: *Distinktion. Scandinavian Journal for Social Theory*, N° 11, Okt. 2005, pp. 7-25; "Regime des Selbst. Ein Forschungsprogramm", en: Thorsten Bonacker/Andreas Reckwitz (Eds.): *Kulturen der Moderne. Soziologische Perspektiven der Gegenwart*, Frankfurt 2007, pp. 119-139.

Kaufmann, Susanne Krasmann, Thomas Lemke, Axel T. Paul, Matthias Schöning y Manfred Weinberg por los estímulos, la lectura crítica y por diversas sugerencias. Simone Warta y Eddy Decembrino revisaron el manuscrito antes de su impresión, también a ellos mis sinceros agradecimientos.