

La construcción del sujeto emprendedor

Una lectura crítica de los discursos contemporáneos sobre el emprendedurismo



*Anibal Loguzzo**

Resumen

Este trabajo analiza críticamente la figura del sujeto emprendedor como construcción simbólica y normativa central de la racionalidad neoliberal. Se parte de la premisa de que el emprendedurismo opera como una tecnología de subjetivación que promueve una ética individualizante, en la cual el éxito económico se convierte en medida de la valía personal y de legitimidad social.

El objeto del estudio es un corpus de veinticinco textos vinculados al desarrollo emprendedor publicados en Argentina, Chile, Perú, Colombia, México, España y Estados Unidos. Este corpus incluye tanto manuales académicos, elaborados en el marco de universidades u organismos públicos, como textos de divulgación de carácter “pseudo-literario”.

La metodología adoptada es el análisis de contenido cualitativo, con enfoque crítico, orientado a identificar las cualidades, valores y representaciones que se adjudican al sujeto emprendedor en los textos analizados. El objetivo es develar los principios ideológicos que estructuran esta figura y comprender su función en la producción de subjetividades funcionales al orden neoliberal. El trabajo busca, así, desnaturalizar el discurso emprendedor y aportar herramientas para su problematización desde una perspectiva crítica, histórica y situada.

* UBA/UNPAZ/UNAJ. Contacto: anibal.loguzzo@gmail.com

Palabras clave: emprendedurismo - racionalidad neoliberal - tecnología de subjetivación

Introducción

En las últimas décadas, el discurso del emprendedurismo ha adquirido una centralidad creciente en el discurso público y en el imaginario social contemporáneo. Este fenómeno no se limita a una expansión de prácticas económicas asociadas al autoempleo o a la innovación, sino que involucra un conjunto de representaciones, valores y discursos que exceden ampliamente el campo económico. Lo que se ha instalado con fuerza es una forma de moralización de la acción económica, en la que el sujeto emprendedor aparece como figura paradigmática de una nueva subjetividad: resiliente, independiente, entusiasta, capaz de afrontar riesgos y de superar obstáculos sin apelar a la ayuda colectiva ni al reclamo de derechos.

El presente trabajo se propone analizar críticamente la figura del sujeto emprendedor como fundamento simbólico y normativo del emprendedurismo y como pieza clave en la arquitectura de la razón neoliberal. En particular, se busca desnaturalizar las formas mediante las cuales este discurso promueve una ética individualizante, en la cual el éxito económico se convierte en medida legítima de la valía individual y en principal fuente de reconocimiento social. Esta desnaturalización supone interrogar no solo qué se dice del emprendedor, sino cómo se dice, desde qué dispositivos se lo construye y con qué consecuencias sobre las formas de subjetivación.

Desde el punto de vista metodológico, se realizó un análisis de contenido cualitativo sobre un corpus compuesto por veinticinco obras y manuales vinculados con el desarrollo emprendedor publicados en Argentina, Chile, Perú, Colombia, México, España y Estados Unidos. El corpus incluye textos de carácter académico –aquellos publicados por universidades u organismos públicos, escritos por autores con formación institucional acreditada– y textos que, siguiendo a Gantman (2012), Alonso (2015) y Fernández Rodríguez (2017), pueden considerarse pseudoliterarios: relatos de autoayuda empresarial, testimonios de emprendedores exitosos y ensayos motivacionales estructurados en géneros como el heroico, el espiritual o el confesional.

La inclusión de ambos tipos de materiales responde a una concepción ampliada del discurso público, entendiendo que la producción de subjetividad no se limita a los textos legitimados por el ámbito académico, sino que se vehiculiza también a través de narrativas populares y afectivamente potentes. Tal como advierte Fernández Rodríguez (2017), estos materiales contribuyen a la configuración de sentidos comunes, aspiraciones colectivas y modos de vida deseables. En este sentido, tanto los textos académicos como los pseudoliterarios funcionan como tecnologías de subjetivación complementarias, que articulan un discurso hegemónico en torno al emprendedurismo como respuesta individual a problemáticas sociales estructurales.

La estructura del trabajo se organiza en tres grandes apartados. En el primero, se analiza la construcción del sujeto emprendedor a partir del corpus, identificando las cualidades que se le atribuyen y los

valores que estas vehiculizan. Allí se da cuenta de la centralidad de nociones como la creatividad, la proactividad, el liderazgo, la resiliencia, la toma de riesgos y la autoconfianza, las cuales son presentadas como atributos casi naturales de una subjetividad excepcional, dispuesta a enfrentar los desafíos del mercado. Este apartado permite observar la construcción de una subjetividad normativa que responde a los imperativos de la competencia y la autoexplotación.

En el segundo apartado se profundiza el análisis de la figura del emprendedor como tecnología de gobierno, abordando la articulación entre emprendedurismo y razón neoliberal. A partir del concepto de sociedad del riesgo (Beck, 1998) y de las categorías foucaultianas de gubernamentalidad y biopolítica, se sostiene que el discurso emprendedor transforma los riesgos sociales en desafíos personales, promoviendo la idea de que cada sujeto debe gobernarse a sí mismo como una empresa. En este marco, las problemáticas estructurales como la precariedad, la desocupación o la exclusión se convierten en experiencias individuales que deben ser gestionadas a través del esfuerzo y la actitud. El sujeto emprendedor aparece como el modelo de esa gestión, despolitizando el conflicto social y legitimando un orden desigual.

En el tercer apartado se examina el modo en que el discurso emprendedor invisibiliza los condicionantes estructurales de las trayectorias sociales. Se observa que los textos analizados omiten sistemáticamente toda referencia a desigualdades de clase, género o territorio, presentando al emprendedor como un agente solitario, autodeterminado y plenamente responsable de su destino. Esta operación discursiva convierte la desigualdad en un problema de mérito personal y transforma los fracasos en deficiencias subjetivas. Se argumenta que esta narrativa constituye un dispositivo ideológico de legitimación del orden neoliberal en tanto promueve una lectura individualizante del mundo social y excluye del horizonte la posibilidad de lo común, de los derechos sociales o de la acción colectiva.

El análisis de estos tres ejes permite comprender el lugar central que ocupa el sujeto emprendedor en la racionalidad neoliberal. No se trata solamente de una figura económica, sino de un dispositivo de subjetivación que organiza las formas de pensar, sentir y actuar en la sociedad contemporánea.

La emergencia del emprendedurismo

El discurso del emprendedurismo ha adquirido una centralidad creciente en el discurso público y el imaginario social contemporáneo, incluyendo dentro de estas categorías al conjunto al conjunto de enunciados, narrativas, argumentos y representaciones que circulan en una sociedad, influyendo y modelando percepciones colectivas, conductas y legitimando acciones o marcos normativos.

La figura del emprendedor se presenta hoy como un ideal normativo de subjetividad, dotado de cualidades como la resiliencia, la innovación, la independencia y la capacidad de liderazgo. Esta construcción simbólica sustenta una moral económica en la que el éxito financiero se convierte en indicador de la legitimidad existencial del sujeto y de su adecuación a los valores dominantes del orden neoliberal.

Cabe reconocer que la centralidad adquirida por esta figura no es neutral ni ingenua ni casual ni desinteresada. El sujeto emprendedor es una construcción discursiva que sintetiza la razón del ser

neoliberal, con profundas implicancias en lo social, lo político y lo simbólico, que responde a un reordenamiento profundo en las formas de gobierno de las sociedades y los sistemas de legitimación en el marco del desarrollo e implementación de las políticas neoliberales. En este sentido, el “emprendedor” no hace referencia meramente de un tipo de agente económico, sino que promueve una subjetividad normativa que condensa valores, comportamientos y estilos de vida funcionales a la lógica de mercado (Bröckling, 2015; Dardot y Laval, 2013; Foucault, 2008).

En el presente trabajo nos proponemos como objetivo el analizar críticamente la figura del sujeto emprendedor como fundamento simbólico y normativo del emprendedurismo y en su constitución como figura clave en la arquitectura de la razón neoliberal, con el propósito de desnaturalizar las formas mediante las cuales el discurso del emprendedurismo promueve una ética en la cual el éxito económico opera como medida legítima de la valía individual y del reconocimiento social.

A través de un análisis de contenido de veinticinco obras y manuales vinculados con el desarrollo emprendedor publicados en Argentina, Chile, Perú, Colombia, México, España y Estados Unidos, con el objeto de develar los principios ideológicos que estructuran la figura del emprendedor y los imaginarios sociales que promueve y vehiculiza.

El corpus de análisis conformado incluye texto de carácter académico, entendiendo por ellos a los que su autoría pertenece a profesionales con pertenencia institucional acreditada, generalmente publicados en el marco de universidades u organismos públicos, así como también textos que podríamos calificar siguiendo a Gantman (2012), Alonso (2015) y Fernández Rodríguez (2017) como “pseudoliterarios”, entendiendo por esta categoría a los relatos de autoayuda empresarial, testimonios empresariales modelicos o ensayos motivacionales.

La decisión de incluir ambos tipos de publicaciones responde a que, en el marco de la construcción del discurso público, la emergencia y consolidación del campo del emprendedurismo no se limita a sus expresiones en el ámbito académico o institucional, sino que también los textos de corte pseudoliterario desempeñan un rol central en el fomento, la promoción y en la apropiación afectiva de estos discursos por la sociedad. Tal como advierte Fernández Rodríguez (2017), estos materiales, estructurados en géneros como el heroico, el espiritual o el confesional, funcionan como narrativas que configuran sentidos, valores y aspiraciones, convirtiendo el emprendimiento en una forma de vida deseable.

En este sentido, consideramos en esta selección que, si bien con lógicas, públicos y estilos diferentes, tanto los textos académicos como los pseudoliterarios operan de forma complementaria como tecnologías de subjetivación. Ambos contribuyen a la construcción de un discurso hegemónico que presenta el emprendedurismo como respuesta individual a problemas estructurales, despolitizando las condiciones sociales de precariedad y exclusión que dan lugar a su emergencia (Dardot y Laval, 2013; Foucault, 2006). Incluir ambos tipos de materiales en el análisis permite, por tanto, comprender la articulación entre saber técnico-académico y un saber de carácter popular que responde, en este caso, a las demandas del mercado y cómo esta articulación contribuye a la producción de representaciones sociales y sentidos comunes profundamente arraigados en los discursos públicos contemporáneos.

A partir de estas consideraciones, se analiza la figura del emprendedor, sus capacidades y atributos a partir de las categorías de “espíritu emprendedor”, “cultura emprendedora”, “competencias emprendedoras” y afines, con el objeto de analizar la configuración del sujeto emprendedor a fin de observar cómo se construye el sujeto emprendedor, qué valores promueve y qué principios ideológicos sostiene.

La construcción del sujeto emprendedor

En base a las consideraciones precedentes en el presente apartado, se analizarán el conjunto de características y cualidades que el corpus bibliográfico seleccionado adjudica al sujeto emprendedor, identificando tanto las continuidades como las rupturas discursivas en su configuración, con el objeto de develar los atributos recurrentemente asociados a la figura del sujeto emprendedor, así como también los valores implícitos que legitiman su rol en el marco de la racionalidad neoliberal (Loguzzo, 2018).

El perfil del emprendedor

- Disposición a asumir riesgos (Alcaraz Rodríguez, 2011; Asech, 2015; Blank y Dorf, 2013; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Draier, 2013; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gerber, 1997; Gonzalez, 2014; Giaverini, 2015; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017; Kantis, 2004).

Los emprendedores están dispuestos a embarcarse en la iniciativa, aunque el resultado sea incierto y exista la posibilidad de fracasar.

- Creatividad (Alcaraz Rodríguez, 2011; Blank y Dorf, 2013; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Draier, 2013; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gerber, 1997; Giaverini, 2015; Gonzalez, 2014; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017).

Es la capacidad de crear soluciones innovadoras a través de la generación de ideas nuevas o de nuevas asociaciones de ideas existentes; es la capacidad de abordar de forma original la problemática cotidiana, de crear cosas nuevas o crear nuevas formas de hacer las cosas.

- Proactividad (Blank y Dorf, 2013; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Giaverini, 2015; Gonzalez, 2014).

Ser proactivo no significa solamente tomar la iniciativa; es intentar influir en el curso de los hechos para hacer que las cosas sucedan.

- Espíritu de independencia y autonomía (Alcaraz Rodríguez, 2011; Asech, 2015; Bóveda, 2015; Draier, 2013, Gerber, 1997; Giaverini, 2015; Gonzalez, 2014; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017).

Los emprendedores son personas que prefieren trabajar para ellos mismos en vez de hacerlo para otros, creando sus propias reglas y evitando la influencia de presiones externas.

- Habilidad para la toma de decisiones (Alcaraz Rodríguez, 2011; Blank y Dorf, 2013; Bóveda, 2015; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gerber, 1997; Gonzalez, 2014; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017).

Requiere de conocer y compatibilizar los dos aspectos que siempre intervienen en toda toma de decisiones: el racional, que implica realizar un detallado análisis con el máximo de información, y el emocional, vinculado más a las motivaciones y los sentimientos.

- Pasión y entusiasmo por cumplir con sus sueños (Blank y Dorf, 2013; Draier, 2013; Gerber, 1997; Gonzalez, 2014).
- Capacidad de negociación (Alcaraz Rodríguez 2011; Blank y Dorf, 2013; Díaz Perez, 2011; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Giaverini, 2015; Gonzalez, 2014; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017).

Requiere de ser capaz de lograr intercambios que resulten beneficiosos para todas las partes que intervienen en la negociación.

- Capacidad de adaptación (Alcaraz Rodríguez, 2011; Blank y Dorf, 2013; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Draier, 2013; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gonzalez, 2014; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017).

Los emprendedores ven el cambio como algo favorable, como una situación de la cual se puede sacar provecho y, por lo tanto, no son reticentes, sino flexibles al cambio.

- Habilidad para la comunicación (Alcaraz Rodríguez, 2011; Blank y Dorf, 2013; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gerber, 1997; Giaverini, 2015; Gonzalez, 2014; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017).

Es la capacidad para transmitir los propios pensamientos, opiniones y valores de forma tal que el receptor pueda crearse internamente la misma imagen que existe en la mente del emprendedor.

- Liderazgo y capacidad de motivar personas (Alcaraz Rodríguez, 2011; Blank y Dorf, 2013; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Draier, 2013; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gerber, 1997; Gonzalez, 2014; Hisrich, Peters y Shepherd, 2017).

Los emprendedores son optimistas; crean en sus mentes la imagen de un futuro favorable, una visión exitosa.

- Autoestima/autoconfianza (Alcaraz Rodríguez, 2011; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Draier, 2013; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Giaverini, 2015; Gonzalez, 2014).

El emprendedor debe creer en sus propias capacidades y tener confianza en sí mismo, en sus capacidades y en las posibilidades de éxito del emprendimiento, sin autolimitarse a la hora de fijarse metas y trabajar en pos de un objetivo.

- Optimismo (Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gerber, 1997).

El emprendedor es capaz de identificar cuáles son factores que motivan a las personas y, de esa forma, influir en ellas para que se esfuercen voluntariamente en la consecución de los objetivos organizacionales.

- Perseverancia (Alcaraz Rodríguez, 2011; Bóveda, 2015; Díaz Perez, 2011; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gonzalez, 2014; Kantis, 2004).

Ser perseverante significa no abandonar el emprendimiento ante la primera dificultad; es ser constante en el camino hacia el logro de los objetivos planteados.

- Resiliencia (Alcaraz Rodríguez, 2011; Bóveda 2015; Fundación Acción Contra el Hambre, 2013; Gonzalez, 2014).
- Debe tener la capacidad de superar las adversidades y salir fortalecido.

Y la lista sigue en algunos de los textos con cualidades como, por ejemplo, valentía (Asech, 2015), debe aspirar a la trascendencia, capacidad de identificar oportunidades y poseer ambición (Draier, 2013).

Algunos autores se animan a ir un poco más allá en la descripción de este sujeto ideal, afirmando que el emprendedor es un líder e incluyen en su descripción cualidades como ser visionario, ser una persona de acción, ser brillante, tener coraje, contagiar el entusiasmo, ser un gran comunicador, ser convincente, ser un gran negociador, tener capacidad de mando, ser exigente, ser carismático, ser honesto, responsable y coherente y, como si esto fuera poco, enuncia un conjunto de características complementarias del líder que permiten fortalecer su papel: el ser trabajador, entusiasta, perseverante, flexible, ser capaz de controlar sus emociones, ser prudente, realista, justo (aclarando explícitamente que debe serlo y parecerlo, ya que la organización así debe percibirlo), ser humano en el trato con los demás, accesible, humilde, generoso, culto, inquieto, tener sentido del humor, ser optimista... y estar buena forma física (Díaz Pérez, 2011: 34-36).

A continuación, analizaremos, a partir de la caracterización precedente, la manera en la cual el emprendedurismo se articula con la construcción discursiva neoliberal, abordando el emprendedurismo como tecnología social destinada a la construcción de subjetividades y discursos de legitimación del orden neoliberal.

El emprendedor en la sociedad del riesgo: la individualización de los riesgos sociales y la razón neoliberal

En la construcción del perfil emprendedor la disposición a asumir riesgos es una cualidad neurálgica del sujeto emprendedor. No es concebible emprender sin estar dispuesto a enfrentarse a lo incierto; en cierta forma, ser emprendedor no representa meramente tener una idea creativa y llevarla adelante, sino enfrentarse al riesgo de lo incierto de su resultado y a la posibilidad de fracaso.

En este sentido, el emprendedurismo puede ser comprendido como un emergente de los procesos de individualización de los riesgos sociales. Ulrich Beck (1998) sostiene que en la sociedad del riesgo los individuos se ven compelidos a gestionar por sí mismos los peligros que anteriormente eran absorbidos por diversos mecanismos de protección colectiva. En el marco del neoliberalismo, esta lógica se intensifica: las biografías se convierten en proyectos de inversión y el fracaso, en una supuesta oportunidad de aprendizaje personal. En palabras de Foucault (2008), se configura una sociedad en la cual cada sujeto debe entenderse como una empresa de sí mismo, responsable de maximizar su propio valor en el mercado.

En esta línea de pensamiento, los problemas estructurales como el desempleo, la pobreza, la inestabilidad laboral o la exclusión social ya no son comprendidos como fenómenos sociales que requieren soluciones públicas y estructurales, sino que se trasladan al plano individual, constituyendo desafíos personales que deben ser afrontados mediante el esfuerzo, la reinención o la “actitud emprendedora” (Beck, 1998: 118-121).

El emprendedor está dispuesto a asumir los riesgos al llevar adelante su idea y presentarla al mercado. Podríamos analizar esta disposición invirtiendo los términos en el proceso de análisis: el emprendedor meramente no es una persona que posee esa disposición a asumir riesgos, sino que se construye una subjetividad a partir de esta disposición. El neoliberalismo desreputabiliza al Estado frente a las problemáticas económicas y sociales, pero no suprime la intervención estatal, sino que la reorienta hacia la producción de individuos autoempresariales, responsables exclusivos de su propio destino.

En este contexto, el discurso del emprendedor aparece como una respuesta individual a condiciones estructuralmente adversas, encubriendo las desigualdades sociales mediante una narrativa de superación y meritocracia. La figura del emprendedor no solo responde a un imperativo económico, sino que se erige como solución normativa frente a la precariedad, despolitizando la conflictividad social.

En este sentido, la racionalidad neoliberal no actúa simplemente sobre las estructuras económicas o jurídicas, sino que opera también en la configuración de las subjetividades, produciendo formas específicas de percepción de uno mismo, de los otros y del mundo. El neoliberalismo no se limita a gobernar desde fuera, sino que gobierna a través del yo, movilizand técnicas de autogestión, automejoramiento y autoexplotación como imperativos morales (Rose, 1999).

De esta manera, la subjetividad neoliberal se estructura en torno a nociones como la autonomía radical, la responsabilidad individual, la optimización de recursos personales y la capacidad de autoafirmación en un entorno competitivo. No se trata simplemente de hacer, de emprender, sino de construirse uno mismo como capital humano (Brown, 2016). Esta idea es retomada por Bröckling (2015), quien analiza cómo el sujeto contemporáneo se construye como un “proyecto permanente”, una entidad obligada a reinventarse, gestionar sus emociones, fortalecer sus competencias y estar constantemente disponible para el mercado.

Como hemos visto en la caracterización del sujeto emprendedor en el corpus bibliográfico analizado, el discurso emprendedor no solo reproduce esta matriz, sino que la encarna en su forma más explícita. Las cualidades que se atribuyen al sujeto emprendedor (resiliencia, liderazgo, pasión, autonomía,

proactividad, entre otras) funcionan como tecnologías de subjetivación que modelan las formas en que las personas se piensan, sienten y actúan en el mundo. Se promueve una narrativa en la que la existencia del sujeto no debe depender de otros ni de condiciones estructurales, sino que debe confiar en su iniciativa, asumir riesgos, tomar decisiones, adaptarse a los cambios y, sobre todo, no responsabilizar a agentes o factores externos por su propio destino y sus resultados.

Podemos observar, también, cómo esta forma de subjetividad se distancia radicalmente de aquellas formas identitarias ancladas en la ciudadanía, los derechos sociales o la pertenencia colectiva. La noción de comunidad es reemplazada por la red de contactos personales y la política es reemplazada por la competencia. Como señala Brown (2016), el neoliberalismo transforma a los ciudadanos en unidades de capital humano, desmantelando las nociones de lo común, de bien común, de bienes públicos, entre otras de esta naturaleza.

Por último, en esta línea de pensamiento podemos reconocer al discurso emprendedor como un dispositivo ideológico que contribuye a la construcción de un discurso de justificación y legitimación del orden neoliberal, a partir de ocultar o invisibilizar los condicionantes estructurales, y de qué manera estos afectan las oportunidades reales de los sujetos y sus trayectorias sociales.

En el corpus bibliográfico analizado, los relatos vinculados con el éxito emprendedor omiten sistemáticamente toda referencia a desigualdades de clase, género, territorio o acceso a recursos, presentando a los emprendedores como sujetos que, a través del esfuerzo individual, logran sobreponerse a cualquier adversidad.

Esta operación discursiva produce una despolitización de las condiciones materiales de existencia, convirtiendo problemas sociales en desafíos individuales. Como señalan Boltanski y Chiapello (2002), el nuevo espíritu del capitalismo se sustenta en una lógica de flexibilidad y adaptabilidad donde las estructuras son invisibles y la movilidad depende exclusivamente del mérito personal. En este esquema, los fracasos no tienen ninguna vinculación con un sistema económico y social desigual, sino con carencias personales: falta de actitud, de liderazgo, de visión, de perseverancia o cualquier otra cualidad o aptitud del sujeto emprendedor. Es decir, el fracaso económico y social de los individuos se debe, desde esta matriz de pensamiento, a carencias del sujeto, las cuales lo alejan de la figura del sujeto emprendedor.

De esta manera, al negar los efectos concretos de la desigualdad y la exclusión, esta narrativa termina constituyéndose como un dispositivo ideológico de legitimación de las desigualdades existentes al presentarlas como parte natural del paisaje social. La figura del emprendedor aparece, entonces, como un tipo de “héroe meritocrático” que es capaz de salir adelante por sus propios medios, sin reclamar, sin protestar, sin politizar su situación existencial.

Conclusiones provisionales a modo de cierre

La figura del sujeto emprendedor se ha impuesto y consolidado en las últimas décadas en las diferentes narrativas sociales. Lejos de ser un mero agente económico, el emprendedor funciona como una construcción simbólica que condensa los valores, comportamientos y estilos de vida funcionales a

una lógica de mercado que ha penetrado todas las dimensiones de la vida social. El análisis realizado sobre un corpus de veinticinco textos vinculados al desarrollo emprendedor, de diferente naturaleza, permite comprender de qué manera esta figura se erige como dispositivo normativo y como tecnología de subjetivación, modelando la forma en que los sujetos se piensan a sí mismos, se relacionan con los demás y enfrentan las condiciones de su existencia.

En estos textos, el sujeto emprendedor es reiteradamente definido por una serie de atributos considerados deseables o necesarios: creatividad, proactividad, disposición al riesgo, capacidad de liderazgo, adaptabilidad, entusiasmo, resiliencia, autoestima y autonomía. Estas cualidades no solo configuran un perfil funcional a la lógica de mercado, sino que establecen un estándar de subjetividad que opera como ideal normativo. La reiteración de estas características construye la ilusión de una subjetividad naturalizada, preexistente a cualquier condición social, histórica o material, y refuerza la idea de que el éxito depende exclusivamente del esfuerzo individual. Esta operación discursiva borra sistemáticamente los condicionantes estructurales que inciden en las trayectorias sociales como, por ejemplo, la clase, el género, el origen territorial o el acceso desigual a recursos, a la vez que desplaza las causas de la precariedad hacia un déficit subjetivo, transformando el fracaso en una carencia personal.

Desde esta perspectiva, el emprendedurismo no puede comprenderse únicamente como una propuesta de desarrollo económico, sino como una tecnología cultural que articula una forma de gobierno de las conductas y de los afectos. El sujeto emprendedor se presenta como una empresa de sí mismo, responsable de maximizar su propio valor y de gestionar su vida como si fuera un proyecto económico. Tal como lo advierte Michel Foucault, y retomado en su línea argumental por Nikolas Ros, esta forma de gubernamentalidad neoliberal no actúa desde afuera, sino a través del yo, operando sobre las formas de percepción de uno mismo y del mundo. El discurso emprendedor produce, así, una subjetividad autocentrada, flexible, competitiva, permanentemente orientada a la mejora personal y desvinculada de todo lazo colectivo o comunitario.

Esta figura se inscribe en un proceso más amplio de individualización de los riesgos sociales. En la sociedad del riesgo, los peligros que antes eran absorbidos por instituciones colectivas, como el Estado o las redes comunitarias, son desplazados al plano individual. El emprendedor, en este marco, no solo acepta el riesgo, sino que lo convierte en una oportunidad (Palermo y Ventrici, 2023). Su disposición a enfrentarlo es exaltada como virtud fundante, como atributo moral y como condición de posibilidad del éxito. Pero esta exaltación no es neutra: constituye una forma de naturalizar la precariedad estructural y de convertirla en experiencia subjetiva gestionable. Así, el emprendedor se presenta como el único agente capaz de sobrevivir en un entorno hostil sin quejarse, sin demandar, sin politizar su situación.

El análisis del corpus evidencia que los textos académicos y pseudoliterarios, a pesar de sus diferencias estilísticas y de formato, coinciden en esta representación del emprendedor como sujeto deseable. Mientras los primeros legitiman su discurso a través de una retórica técnica y pedagógica, los segundos recurren, con mayor frecuencia, a relatos personales, ejemplos heroicos y fórmulas motivacionales que buscan conectar emocionalmente con el lector. Ambos tipos de textos funcionan de manera complementaria como tecnolo-

gías de subjetivación: configuran, cada uno a su modo, un marco simbólico que estructura las expectativas, las creencias y las aspiraciones de los sujetos en la sociedad contemporánea.

El discurso emprendedor, en tanto dispositivo ideológico, despliega un proceso de despolitización profunda. Al reducir los problemas sociales a cuestiones de actitud o de voluntad, niega la existencia de relaciones de poder, de estructuras de desigualdad, de condiciones materiales que condicionan el devenir de los individuos. Esta narrativa convierte al emprendedor en una figura meritocrática que no necesita del Estado ni de la comunidad, que no reclama derechos, sino que se adapta a las reglas del juego. En este sentido, se erige como el sujeto ideal del neoliberalismo: alguien que no solo produce valor económico, sino que internaliza los valores del capital y los transforma en forma de vida.

El éxito del discurso emprendedor radica, precisamente, en su capacidad para producir sentido común. No se trata únicamente de un conjunto de ideas, sino de una matriz ideológica que organiza la percepción de lo posible, que estructura el horizonte de expectativas y que establece un criterio moral para juzgar a los otros y a uno mismo. La figura del emprendedor se transforma, así, en un estándar desde el cual se valora la existencia: quien triunfa, lo hace por sus méritos; quien fracasa, lo hace por sus faltas. Este esquema deja fuera de campo las violencias estructurales, las exclusiones sistemáticas y las desigualdades heredadas, y las sustituye por una narrativa de superación individual que legitima la injusticia social

En esta línea de pensamiento, podemos considerar que el sujeto emprendedor es mucho más que un agente económico: es una figura paradigmática de la razón neoliberal, una construcción simbólica que articula una forma de vida, una ética y una subjetividad. Su centralidad en los discursos contemporáneos no es casual ni ingenua: responde a una reorganización profunda en las formas de gobierno de las sociedades, donde ya no se trata de disciplinar cuerpos desde afuera, sino de producir sujetos que se gobiernen a sí mismos desde adentro. Esta investigación busca aportar una mirada crítica sobre esa figura, desnaturalizar sus supuestos y abrir el campo a nuevas formas de pensar la subjetividad, la acción social y la construcción de lo común.

Referencias bibliográficas

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de Éxito*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Alonso, L. (2015). *La crisis de la ciudadanía laboral: Paro, precariedad y desigualdad social*. Madrid: Ediciones Catarata.
- Asech. (2015). *Manual del emprendedor*. Santiago de Chile: Asociación de Emprendedores de Chile.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo: Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Blank, S. y Dorf, B. (2013). *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.

- Bröckling, U. (2015). *El emprendedor de sí mismo: Una ontología del presente*. Barcelona: Herder.
- Bóveda, G. (2015). *Emprender: El arte de iniciar*. Montevideo: Editorial Fin de Siglo.
- Brown, W. (2016). *El pueblo sin atributos: La secreta revolución del neoliberalismo*. Barcelona: Malpaso.
- Dardot, P. y Laval, C. (2013). *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Díaz Pérez, M. A. (2011). *Emprender: Una actitud ante la vida*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Draier, J. (2013). *Emprender hasta los 90: Cómo vivir del talento propio*. Buenos Aires: Del Nuevo Extremo.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2017). *Emprendedores de sí mismos: Una mirada crítica al discurso emprendedor*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Ferraro, C. (2016). *El espíritu emprendedor y la empresa*. Granica.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio, población: Curso en el Collège de France (1977–1978)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2008). *Nacimiento de la biopolítica: Curso en el Collège de France (1978–1979)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fundación Acción Contra el Hambre. (2013). *Guía práctica para emprendedores*. Madrid: Acción Contra el Hambre.
- Gantman, E. (2012). *Neoliberalismo y management: De la empresa como forma a la empresa como discurso*. Buenos Aires: Editorial Teseo.
- Gerber, M. (1997). *El mito del emprendedor: Por qué no funcionan las pequeñas empresas y qué hacer al respecto*. Bogotá: Norma.
- Giaquerini, L. (2015). *Ser emprendedor: una introducción crítica al emprendimiento*. Córdoba: Editorial de la Universidad Nacional de Córdoba.
- González, L. (2014). *Manual práctico del emprendedor: Cómo hacer realidad una idea de negocio*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Hisrich, R.; Peters, M. y Shepherd, D. (2017). *Entrepreneurship*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Kantis, H. (ed.) (2004). *Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Loguzzo, A. (2018). *El emprendedurismo como política de (Sub) Desarrollo*. Ponencia en I Jornadas Chaqueñas de Democracia y Desarrollo. Escuela de Gobierno de la Provincia de Chaco. Resistencia.
- Loguzzo, A. (2024). El ascenso del sujeto emprendedor. Reseña del libro *El ADN emprendedor*. Mercado Libre y el devenir tecnoliberal. *Ec-Revista de Administración y Economía*, 8, 111-116.
- Palermo, H. y Ventrici, P. (2023). *El ADN emprendedor. Mercado Libre y el devenir tecnoliberal*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Rose, N. (1999). *Poderes de la libertad: Reconfiguraciones del pensamiento político*. Barcelona: Paidós.