



Trayectorias

ISSN: 2007-1205

trayectorias@uanl.mx

Universidad Autónoma de Nuevo León
México

GARCÍA, DOMINGO

Discurso oficial y adversidad. Implantación de la modalidad emprendedora en México

Trayectorias, vol. VIII, núm. 20-21, enero-agosto, 2006, pp. 139-151

Universidad Autónoma de Nuevo León

Monterrey, Nuevo León, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60715248013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Discurso oficial y adversidad *Implantación de la modalidad empresarial en México*

DOMINGO GARCÍA

Nos preguntamos si la política de promoción de las actividades económicas de tipo empresarial en México podemos entenderla como una ideología de Estado. Las prácticas económicas, codificadas como preceptos o recetas, y eventualmente como moral, buscan desde el siglo XVI racionalizarse y justificarse en alguna teoría de la riqueza y de la producción (Foucault, 1971). Sin embargo, más que una respuesta fundada en razón, son una solución ideológica y pragmática a la contracción del mercado de trabajo. Las políticas públicas de fomento empresarial buscan remediar los malestares sociales del país y regularizar el mal funcionamiento de la economía a través del emprendimiento económico. El intento de activar la llamada “capacidad empresarial” parece reflejar más una voluntad política y moral (ideología) que a los efectos de una lógica económica¹.

El artículo busca esclarecer los principales postulados de la política empresarial en México. A partir de las condiciones sociales de emergencia de la capacidad empresarial a finales del siglo XX (primera parte), buscamos dar cuenta del repentino inte-

rés por el “espíritu empresarial”. En la segunda parte abordamos los fundamentos y creencias que generan lo que constituye uno de los “discursos más poderosos socialmente sobre el mundo social” (Bourdieu, 1997b: 64); tratamos de explicar racionalmente la naturaleza ideológica, a través de las insuficiencias teóricas, los juicios de valor y las posiciones políticas y/o morales de los promotores de una de las principales políticas de cambio social. Finalmente, esbozamos las formas y las argucias de su presentación para esclarecer la eficacia simbólica de la lógica económica desocializada representada por los intentos por fomentar el espíritu empresarial. Concluimos exponiendo algunas razones de la ineficacia concreta de dichas políticas públicas.

CONDICIONES HISTÓRICAS DE LA RENOVACIÓN DE LA FIGURA DEL EMPRESARIO

¿Cómo podemos entender el repentino interés por promover la “capacidad empresarial” (Bates, 1993) en México? Invisible si no la relacionamos con una política pública en la sociedad en la cual está “encastrada” (Polanyi, 1944: 250)², es imposible com-

¹ Este artículo sintetiza algunas ideas de mi tesis doctoral en sociología sobre el espíritu empresarial en México, bajo la dirección del Dr. Yves Dezalay en la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales (EHESS) de París.

² Según el principio de “embeddedness” esbozado por Polanyi (1944), reactivado después por Granovetter (1985).

El emprendimiento económico parecería ser más bien una respuesta pragmática, concebida seriamente por los representantes de los poderes públicos para intentar poner fin al desempleo rampante.

prender las razones de su promoción y el interés que suscita hoy en día (fundamentalmente en los grupos dominantes). Por la naturaleza del discurso empresarial y su modalidad de expresión, bajo la forma de políticas públicas es más fácil entender que la difusión del espíritu emprendedor en México obedece más a la subjetividad de juicios, de creencias y de voluntades que al producto de un trabajo consensual y razonado con oportunidades reales de impacto social. El emprendimiento económico parecería ser más bien una respuesta pragmática, concebida seriamente por los representantes de los poderes públicos para intentar poner fin al desempleo rampante, a la baja tasa de recaudación de impuestos, a la elevada evasión fiscal, la innegable pobreza, la delincuencia, la llamada “inseguridad”; es decir para regularizar el mal funcionamiento de la economía. La resolución por estimular el espíritu emprendedor satisface, al mismo tiempo, las preocupaciones de orden moral y ético de las fracciones sociales dominantes que las promueven.

Para explicitar una política pública fundada más en presupuestos ideológicos o en creencias económi-

cas (Lebaron, 2000) que en la razón, es menester remitirnos a las condiciones sociales bajo las cuales (re)aparece la figura del emprendedor (García, 2006b). Si asistimos a un nuevo auge de promoción del emprendedor, es más por razones sociales y económicas que por la grandeza o las virtudes de un modelo económico determinado. Algunas experiencias pasadas de auge económico nos muestran que los periodos de dinamismo económico y la creación de empresas coinciden con coyunturas históricas precisas (Cerutti, 1983; Saragoza, 1988; Haber, 1989; Marichal y Cerutti, 1997). La historia económica provee elementos más convincentes que la moral (que tiende más a aliviar y confortar las conciencias de los grupos dominantes que a modificar la estructura social) y que las justificaciones teóricas del modelo económico neoclásico (racionalidad calculadora, maximización de beneficios, información simétrica).

La historia económica y la sociología económica ofrecen una alternativa de comprensión a un fenómeno social al que muchas veces se le atribuyen las más extravagantes explicaciones (suerte, fe, destino). Lejos de explicar la reaparición del espíritu emprendedor, e incluso el deseo de su institucionalización como política progresista, por razones geográficas, temperamentales o personales, la perspectiva sociológica invita a explicar un fenómeno de sociedad con razones sociales³. Para ofrecer algunos elementos de comprensión de las actividades económicas, la sociología del emprendimiento económico⁴ que tratamos de desarrollar debe luchar contra las aprehensiones del sentido común (p. ej. los “norteños” son emprendedores), contra los presupuestos “racionales” de la or-

³ Según el primer precepto del método sociológico que invita a explicar un fenómeno social por otro fenómeno social.

⁴ Inspirada en los lineamientos más vanguardistas de la sociología francesa en lo que concierne a la figura del emprendedor (Zalio, 2005) cuyos tres principales postulados son los siguientes: el emprendedor juega con los desfases o las diferencias, está plenamente socializado y puede liberarse de las obligaciones sociales de un determinado marco y, finalmente, juega con la tensión de acoplamiento-desacoplamiento.

toxia liberal y contra las creencias de orden moral que parecerían perpetuar el orden establecido bajo las apariencias del cambio social.

Las universidades privadas (García, 2003) fueron más sensibles a las transformaciones del mundo económico que las universidades públicas, al introducir por primera vez el modelo emprendedor como una alternativa a la disminución de oportunidades de empleo⁵. Más perceptivas a las variaciones del mercado laboral, las universidades privadas, cuyo valor simbólico depende de la inserción profesional de sus egresados, fueron las pioneras en introducir cursos y modalidades emprendedoras en la educación superior. Ante un mercado contraído y frente a un porvenir cada vez más incierto en términos de empleo asalariado, la reorientación en materia educativa avanzó hacia la dimensión emprendedora para adaptarse a los imperativos de la economía

globalizada. Reproducido posteriormente por algunas universidades públicas, el espíritu emprendedor busca estimular la creación de empresas como fuente de recursos económicos ante el desempleo creciente entre los egresados universitarios.

La evolución económica favoreció la expansión del autoempleo o el modelo emprendedor como un nuevo paradigma de las relaciones económicas contemporáneas, consecuencia no sólo de la desvalori-



zación del trabajo asalariado⁶, sino también de la incapacidad de la economía nacional para absorber la oferta de mano de obra (calificada y no calificada), el modelo emprendedor empezó a ser paulatinamente adoptado desde finales de los años ochenta y difundido a través de políticas públicas⁷ por los gobiernos

⁵ Producto del agotamiento del modelo fordista de inspiración keynesiana, el debilitamiento del mercado de trabajo ofrece menos oportunidades de inserción profesional. Las dificultades para encontrar un empleo estable y bien remunerado se acentuaron al final de los años ochenta, es decir en la encrucijada de los límites del modelo en que se basó la economía nacional y la reorientación política de apertura a la economía mundial (Babb, 2001; Camp, 2002; Rousseau, 1999).

⁶ La desvalorización de la figura del asalariado clásico de tipo "tayloriano" deviene inoperante y menos eficaz en el contexto del trabajo moderno, además de favorecer el individualismo de la relación salarial (Linhart, 2004). Las exigencias de la economía contemporánea imponen las nociones de autonomía, polivalencia, movilidad, creatividad, espontaneidad, "cooperación forzada", etc. de la "empresa neoliberal" (Coutrot, 1998). La fragilización de la condición salarial invita a optar por el "self-employment" (autoempleo) y la "empresa individual" (Audrey, 1994). Por su parte Foucault (2004) evoca que el neoliberalismo tiende a "aumentar las libertades", al mismo tiempo que aumenta el control sobre los individuos.

La promoción emprendedora parece haberse impuesto al Estado imposibilitado para intervenir en la economía y sometido, cada vez más, a los imperativos del campo económico mundial para promover el empleo.

en prácticamente todos los niveles, y por la mayoría de las partidos políticos (PRI, PAN, PRD). La difusión del modelo emprendedor parece ser la respuesta a la disyuntiva de relanzar la economía, respetando los postulados de los programas de “ajuste estructural”; es decir, respetando las premisas del llamado “Consenso de Washington”⁷ (Dezalay y Garth, 1998). La promoción emprendedora parece haberse impuesto al Estado imposibilitado para intervenir en la economía y sometido, cada vez más, a los imperativos del campo económico mundial para promover el empleo.

⁷ Como ejemplo basta mirar los programas de fomento a la capacidad emprendedora, como los de la Secretaría de Economía, los de la Secretaría de Relaciones Exteriores así como los de los gobiernos estatales y locales.

⁸ Cuando evocamos el término “ajuste estructural” hacemos referencia a la difusión de las políticas llamadas “neoliberales” que se apoyan en las teorías de la “Escuela de Chicago”. Dicha política consiste en la corrección inflacionaria, el control del gasto público y el desmantelamiento del Estado de bienestar. El Banco Mundial y el FMI impondrían a los países deudores un compromiso de reformas estructurales que se inscribe en un programa político e ideológico, calificado por John Williamson (1990) como “Consenso de Washington”.

Las oportunidades que describe el discurso enaltecedor del emprendedor son el resultado de la destrucción⁹ del tejido económico y social. Dichas oportunidades aumentan en proporción inversa al espacio que las empresas desaparecidas han dejado vacante. Además, el modelo emprendedor insiste en las perspectivas que ofrece la firma de tratados y acuerdos de libre comercio, basados en la teoría de las “ventajas comparativas”¹⁰. La renovación de la figura del emprendedor parece obedecer más a la contracción del mercado laboral, a la internacionalización de la economía y la reestructuración consecuente, que a la naturaleza emprendedora de los mexicanos o a las virtudes del modelo liberal.

La imposición de la inseguridad (material y simbólica) no sería solamente el principio de organización económica que produciría individuos más eficientes y productivos (Bourdieu, 2000: 24), sino también el principio de creación de empresas en economías en reestructuración como la mexicana, donde no se dan los medios adecuados para reactivar la economía y el empleo. Debido a las condiciones adversas (precariedad, bajos salarios, endeble niveles de instrucción), los individuos privados de la oportunidad de encontrar un lugar en la sociedad a través del trabajo asalariado, se ven cada vez más obligados a superar un porvenir incierto con el espíritu emprendedor. Ligada a los vaivenes del mercado, la economía emprendedora da la impresión de basarse en el potencial de cada individuo a subsistir. El modelo emprendedor es revelador de la dificultad de la economía mexicana para crear empleos (acentuada por la apertura económica) y de la incapacidad del Estado para reactivar la economía. A falta de un sistema de protección contra el desempleo, y con un sistema educativo desfasado del mundo real, la política económica nacional parece contentarse con estimular a los indi-

⁹ Según el razonamiento “destrucción-creación” de Schumpeter, (1990).

¹⁰ Según los postulados clásicos de David Ricardo (1882), o más recientemente los de Michel Porter (1990).

viduos a instalar un “changarro”¹¹ asociado al concepto de “semillero empresarial”¹². Las acciones concretas de las instancias gubernamentales¹³, civiles¹⁴ o universitarias¹⁵, se traducen generalmente en la creación de incubadoras¹⁶ de alquiler moderado o en otorgamiento de microcréditos¹⁷ a tasas preferenciales. Al concentrarse en el aspecto motivacional e innovador, las incubadoras rara vez logran proporcionar las nociones más elementales de la economía. Además se

enfocan por lo regular hacia áreas de comercialización, distribución y servicios. Es decir, tienden a alentar actividades innovadoras y viables económicamente aunque sean actividades clásicas de intercambio o de autoempleo. Lejos de fungir como verdaderas “socializadoras” de la economía, las incubadoras ofrecen prácticamente un resguardo temporal contra los costos reales de la economía, y son raras las empresas que se concentran en los sectores de alto valor agregado.

FUNDAMENTOS IDEOLÓGICOS DE LA ECONOMÍA EMPRENDEDORA

En la actualidad todavía no hay consenso teórico en lo que respecta al emprendimiento económico. Origen y motor del capitalismo, la acción emprendedora ha sido paradójicamente poco estudiada por la economía (Swedberg, 2000: 11). Recientemente continúa siendo objeto de estudio de las ciencias sociales¹⁸. De ahí la dificultad para estudiar el espíritu emprendedor y la necesidad de reconstruir la imagen a menudo idealizada del emprendedor con el fin de liberarla de toda la serie de presupuestos en los cuales se basa la teoría neoclásica¹⁹. Cargada positivamente, la noción del emprendedor resiste bastante bien el análisis sociológico y las críticas.

Las políticas públicas de promoción de la acción emprendedora parten a menudo de los postulados teóricos de la economía clásica; es decir, la competencia pura y perfecta del mercado como regulador social; la búsqueda de beneficio y la maximización de éste; y el cálculo racional como visión universal del mundo social (Bourdieu, 1998). Si dichos preceptos

¹¹ Los “changarros” son “pequeñas unidades económicas comerciales, industriales o de servicio, iniciadas sin recursos propios o muy limitados, que son el producto de la inquietud de un individuo, de una familia, o de un pequeño número de personas, con el fin de superarse (*sic*), tener éxito, y llegar a la independencia económica” (Molina, 2003: 13). Según la Real Academia de la Lengua Española, la palabra “changarro” corresponde a un “tendejón” es decir, a una tienda pequeña, o a una barraca mal construida.

¹² Vicente Fox (2004).

¹³ El Fondo PyME de la Secretaría de Economía: (www.fondopyme.gob.mx) o el Contacto PyME (www.contactopyme.gob.mx) a nivel nacional. El Sistema de Apertura Rápida para Empresas (www.nl.gob.mx/?P=sare) o El Programa de Mejora Regulatoria y Simplificación Administrativa de Nuevo León: (www.nl.gob.mx/?P=sec_des_economico) a nivel regional.

¹⁴ Empredec México: (www.empredec.org), Endeavor (www.endeavor.org.mx), Emprenautas (www.emprenautas.com), Impulsa (www.impulsa.org).

¹⁵ Universidad Iberoamericana: (www.ie.uia.mx/CODAT/emprendetec), ITESM (www.emprendetec.com), UANL (www.emprendedor.uanl.mx), Universidad Anáhuac: (www.anahuac.mx), etc.

¹⁶ Como las incubadoras municipales de Monterrey: (www.monterrey.gob.mx/inem) y la de San Pedro: (www.insp.gob.mx).

¹⁷ Legitimados por el reconocimiento internacional y por el prestigio moral de su creador en Bangladesh (Yunus, 1998), los microcréditos continúan formando parte de la visión dominante de la economía. Por un lado, su principio fundamental engloba la participación de los beneficiarios convirtiéndose en una organización colectiva. Por otro lado, los microcréditos resultan una herramienta útil para difundir la idea que es posible iniciar una microempresa con un pequeño capital económico. La promesa de las microfinanzas está fundada en la innovación (Morduch, 1999). Por el desconocimiento generalizado de las reglas de la economía su comprensión no es universal. Así, no es raro encontrar tanto casos de despilfarro y/o endeudamiento, como de fracaso económico.

¹⁸ Tendencia que está cambiando recientemente en Estados Unidos. Desde los años noventa asistimos a una convergencia multidisciplinaria para estudiar los emprendimientos económicos. Para el caso norteamericano remitirse a Swedberg (2003), Granovetter (1995) y Thornton (1999). Para el caso francés ver Zalio (2004) y Zalio & Bastin (2003).

¹⁹ Es decir las de Schumpeter, Knight, Bates, Becker, etc. Para una síntesis sobre el tema ver Martinelli (1994).



son válidos en teoría, raramente los encontramos en la realidad. Además, las explicaciones de los economistas conciben modelos, que por afinados y refinados que sean, no ofrecen por el momento otra cosa que explicaciones parciales (Darras, 1966). La visión más liberal de la economía que postula la “libertad natural” implica la ausencia de regulación estatal que proporciona al interés personal la ocasión de manifestarse. La búsqueda individual del interés personal es lo que llevaría al establecimiento espontáneo de un mejor estado social (Valier, 2005: 58-59). Además de hacer abstracción de la importancia del Estado como regulador económico y social, la economía neoclásica olvida las antiguas formas de intercambio de bienes y servicios, como la reciprocidad y la redistribución para mantener la cohesión social (Polanyi, 1944).

Si el modelo emprendedor al estilo norteamericano (*self made man*) se pretende imponer como único y universal, merece la pena recordar que es producto de una historia económica y social particular, es decir la de Estados Unidos (Bourdieu y Wacquant, 1998). La razón económica “deshistorizada”, protegida por el halo “científico” de las tesis económicas más poderosas del mundo académico, se presenta como “ineluctable” y “necesaria” (Lebaron, 2000). La dificultad de toda tentativa para repensar libremente los fundamentos de la economía, deriva del hecho que la formalización matemática le confía

las apariencias ostentosas de rigor y de neutralidad a la ortodoxia económica (Bourdieu, 1997b). Esta visión es difundida en forma de programas universales por organizaciones internacionales a países en “vías de desarrollo”²⁰, esencialmente a los latinoamericanos (Lebaron, 1998; Dezalay y Garth, 2002).

Basada menos en fundamentos científicos que morales²¹, la difusión del espíritu emprendedor parece estar cimentada no sólo en una teoría de la riqueza, sino también en una concepción de la pobreza. Lejos de considerar a los pobres como producto de una estructura social determinada los promotores del espíritu emprendedor privilegian una concepción moral y moralizante de la pobreza. Producto de su “holgazanería” y no de los condicionamientos sociales, la pobreza no sería, según esta visión, sino producto de la pereza colectiva y no de la historia económica. La pobreza en México tiende a ser asociada por la ideología dominante a las insuficiencias (voluntad, determinación, decisión) y a las carencias in-

²⁰ El “desarrollo” en su concepción dominante sería *grasso modo*, una construcción occidental, producto de la expansión de los mercados por la apertura comercial y la imposición de productos (Rist, 2001).

²¹ No por ello desdeñamos los análisis de Luc Boltanski y Eve Chiapello (1999: 45) donde subrayan que el capitalismo desarrolló justificaciones morales para adherir a los individuos, transformándolo en un universo más habitable o aceptable, para que sea el “único posible o el mejor de los órdenes posibles”.

dividuales (ideas, capacidades, talento) y no a razones de orden social. Bajo estos parámetros es sencillo pensar el subdesarrollo como producto de la insuficiencia de los pobres²², de obstáculos culturales (Lipset y Solari, 1967) o incluso de la inadaptación de las mentalidades “irracionales” al mundo moderno.

Además de los valores morales que justifican las recetas y los programas económicos, el modelo emprendedor padece también la amnesia de la génesis de la economía capitalista, según Bourdieu (1997a: 16). La visión ahistórica de la economía tiende a aplicar los modelos construidos según el postulado de la racionalidad calculadora. El espíritu de cálculo no es universal. Impuesta progresivamente a todas las dimensiones de la vida social, incluyendo la esfera doméstica, la disposición al cálculo, y sobre todo al cálculo racional, es distribuida diferencialmente en los diferentes espacios nacionales y al interior de éstos.

Si los postulados liberales de la economía no son erróneos en teoría, sus resultados no siempre se comprueban en la práctica. Éstos tienden además a entender el comportamiento humano como un acto racional. Por el contrario, la antropología económica de Bourdieu sugiere que la conducta social es menos racional que razonable²³. Además, propone que el funcionamiento de todo sistema económico está ligado a la existencia de un “sistema determinado de disposiciones con respecto al mundo, y más precisamente con respecto al tiempo” (Bourdieu, 1977: 16). Es decir que el sistema precede a las actitudes que exige (Bourdieu, 1963: 25), alguien que no posea las nociones con las que el sistema funciona, difícilmente podrá integrarse a él²⁴. Enmarañado de origen, el modelo emprendedor tal y como se quiere imponer,

se concibe a la vez como el mecanismo ideal que reactiva la economía y como el principio de cohesión social perfecto para una economía desacelerada e impedida para crear empleos.

Más popular y popularizada que el rigor científico y epistemológico de las ciencias sociales, la versión psicológica del emprendedor tiene más oportunidades de ser difundida y entendida ampliamente. Los promotores del modelo emprendedor no escatiman recursos para ajustar teorías a su visión del mundo. Preocupados ante todo por encontrar la “fórmula” para crear emprendedores, en lugar de darse los medios para una mejor comprensión de la actividad económica, los defensores del modelo emprendedor buscan en todas las ramas del saber justificaciones para validar el modelo, así como métodos para su inculcación. Recurriendo a motivaciones internas como la necesidad de llevar a cabo algo, de experimentar situaciones nuevas, de realizarse profesionalmente, de emanciparse de la tutela familiar, la psicología impulsa la idea según la cual todo individuo es capaz de emprender una actividad económica exitosa. El análisis de sus factores internos remite a motivaciones personales que habría que “activar” si por alguna razón éstas no están despabiladas²⁵. Buscando las razones para despertar la capacidad emprendedora en la dimensión interna del individuo, la visión psicológica

²² Max Weber diría que se trata de la “teodicea de la infortuna”. La creencia que los pobres merecen ser pobres por ignorantes o analfabetas es el corolario de la teodicea de la buena fortuna (Swedberg, 2003: 303).

²³ La noción de *habitus* resume ese principio general de conducta y de acción en el mundo social (García, 2006b).

²⁴ Este desfase da cuenta de la incapacidad a efectuar las operaciones matemáticas necesarias para obtener un beneficio estable y duradero, que es lo propio del capitalismo (Weber, 1964).

²⁵ De ahí el interés por estudiar el auge exponencial de la literatura llamada de “superación personal” donde figuran los nombres de Carnegie, Goldratt, Covey, Chopra, Coelho, Kiyosaki, Vargas, Hill, Sanchez, etc. Lo interesante es poner en evidencia la manera en que dicha literatura intenta básicamente dar cuenta de la dimensión motivacional para emprender un negocio a través de la inculcación de la iniciativa individual, el culto al esfuerzo personal y la lucha contra la adversidad, haciendo abstracción de todos los determinismos sociales. Partiendo generalmente de casos de individuos vaciados de su esencia social, el envite principal es convertir la crisis individual en bienestar colectivo. La literatura de superación personal busca *grasso modo* vencer los obstáculos sociales que pesan sobre los agentes bajo la apariencia de la fuerza y la potencialidad de las capacidades individuales. Este tipo de literatura gira en torno al control del estrés, la creatividad, la autoestima y la “asertividad” (capacidad de transmitir fácilmente opiniones, intenciones, posturas, sentimientos).

tiende a hacer abstracción de las circunstancias económicas y sociales, a menudo adversas a la acción económica. Supuestamente interna y no externa, la eficacia del discurso que alaba la figura del emprendedor residiría en la creencia de que es posible modificar dicha actitud para plegar al individuo al servicio del mercado lo más económicamente posible. Todo indicaría que la concepción psicológica de la acción económica se revela como un instrumento importante para justificar o para racionalizar el modelo emprendedor, que lejos de ser solamente psicológico, es esencialmente social.

Para escapar a la dominación que la economía ejerce sobre el resto de las ciencias sociales y sobre las interpretaciones del mundo social, renace la sociología económica en Estados Unidos (Convert y Heilbron, 2004)²⁶. Esta subdisciplina es útil para la comprensión más satisfactoria de los emprendimientos económicos. El recurso de la sociología se impone por el hecho que los comportamientos económicos no son siempre racionales y las explicaciones sociológicas por lo regular lo son (Steiner, 1999: 4). Además, la sociología económica se yergue frente a la abstracción social que parece impregnar la economía (neoclásica); es decir aquella que concibe al agente económico desocializado cuyo único objetivo sería la maximización del beneficio²⁷.

CONDICIONES DE EFICACIA SIMBÓLICA DEL ESQUEMA EMPRENDEDOR

Construcción social tan arbitraria como irrealizable bajo la situación actual, el modelo emprendedor es producto de la historia social y de las luchas por el

poder político. ¿De qué manera se apoya la fuerza del discurso en las condiciones históricas y en la creencia construida por los principales actores sociales (funcionarios públicos, rectores, políticos, empresarios, dirigentes patronales)? Proporcional al capital simbólico de esos actores, la fuerza de la visión que buscaría imponerse como la más legítima de la economía, tiene dificultad para implantarse por la falta de reconocimiento y de autoridad que produce la “eficacia preformativa” del discurso oficial (Bourdieu, 2001: 156). Los comentarios a favor del movimiento emprendedor²⁸ intentarían crear las mejores condiciones de eficacia simbólica por las distintas formas de presentación que se usan para difundirlo. Lejos de lograr aplicarse como modelo económico viable, éste se impone por ser una de las pocas opciones disponibles.

Un aspecto que podemos dilucidar es la manera en que se crea el discurso promotor del espíritu emprendedor y cómo dicho discurso tiene más oportunidades de imponerse legítimamente cuando son los grandes empresarios los que lo difunden. Comprendemos mejor la manera en que se impone el modelo cuando descubrimos que no es raro encontrar entre sus principales promotores a altos funcionarios del Estado, muchas veces ex-ejecutivos de empresas nacionales o extranjeras. De orígenes sociales notablemente favorecidos y disponiendo de diversos recursos (culturales, sociales, económicos), los incitadores al emprendimiento económico se esfuerzan por convencer de las virtudes de crear una empresa²⁹. Concebido para dinamizar una economía desacelerada, el modelo emprendedor da la impre-

²⁶ Entre los representantes más destacados de esta corriente figuran también Harrison White, Vivian Zelizer y Neil Fligstein.

²⁷ Polanyi (1944: 75) afirma que las relaciones sociales engloban, como regla general, su economía y que el hombre no actúa de manera de proteger su interés individual o de poseer bienes materiales, sino de garantizar su posición social, sus derechos y sus ventajas sociales. Si alguna vez actúa según la lógica materialista, es para perseguir los fines antes mencionados.

²⁸ Frase del subsecretario de Economía, Alejandro González Hernández, en el encuentro organizado por el IPN y la Canacintra (E. Velasco, 2005. México, líder en AL en incubación de empresas. *La Jornada*, 20 octubre).

²⁹ Nos inclinamos a pensar que no se trata de mala fe. Diversas razones nos llevan a pensar que los promotores del modelo emprendedor están sinceramente convencidos de las virtudes del liberalismo económico. Por citar un ejemplo, el del director general de una empresa regiomontana, José A. Fernández, “Espíritu emprendedor. Pilar de nuestro crecimiento” (CAINTRA, 2004).



sión de ser una solución loable, favorable; en fin, deseable. Al mismo tiempo representa una posición política y económicamente irreprochable. Protegida por la reputación generadora de empleo y distribuidora de riqueza, la economía emprendedora parece obtener en los aspectos positivos de la actividad económica su fuerza de imposición. El modelo emprendedor encuentra también apoyos sólidos en los beneficios sociales y económicos que procura, esencialmente en las aparentes ganancias de tiempo y de poder. La idea implícita del emprendimiento es una mayor disposición de tiempo, una alternativa para escapar a la alienación y la explotación del trabajo al trabajar para sí mismo y, sobre todo, por ofrecer posibilidades de ganancia superiores a las de la condición salarial.

La dinámica emprendedora tiene más oportunidades de implantarse por la eficacia de la codificación que se usa para vehicular su esencia. Lejos de constituir un apelativo absurdo y anodino, el modelo emprendedor es cobijado por el concepto de “changarro”. Economía de lenguaje así como de inversión social y económica, la “changarrización de la economía” promovida decididamente por la administración pública actual, busca estimular la creación de empre-

sas, pero sobre todo de empleos que el Estado no fomenta. La eficacia de emplear ese concepto residiría en la falta de voluntad política para estimular el empleo. En razón de las condiciones adversas, los individuos así despojados de la oportunidad de encontrar un lugar en la sociedad a través de un empleo asalariado, deben encontrar la fuerza para superar un porvenir incierto en el espíritu de éxito o al menos en el espíritu de supervivencia. Asociada a una lucha contra los avatares de la existencia, la economía emprendedora fomentada desde la alta función pública hasta los gobiernos locales, da la impresión de basarse en el potencial de cada uno para sobrevivir en un mercado autorregulado.

Vista positivamente, la concepción preferida por los actores económicos para imponer la idea emprendedora como paradigma de las relaciones económicas y sociales del México “globalizado”, es la del teórico del capitalismo: aquel que descubre las mejores maneras de utilizar los recursos disponibles, reduciendo el derroche y creando además empleos. Es sorprendente ver con qué facilidad se acepta en América Latina³⁰ la definición más tradicional de la acción emprendedora; es decir, el proceso dinámico que con-

siste en recibir los frutos de la creación de riqueza, asumiendo los costos y los riesgos del intercambio comercial.

Por un lado, encontramos las ventajas que promete el modelo emprendedor. Por el otro, tenemos las condiciones ideales que buscan la eficacia simbólica, es decir sus instrumentos abstractos de seducción para atraer a los individuos a ese esquema. La riqueza, los bienes muebles e inmuebles y el poder de compra, son los atractivos materiales más comunes a los que hace referencia la idea emprendedora. Promoción social, prestigio y honor son algunos de los beneficios simbólicos que ofrece el modelo emprendedor. El desafío, el reto y la adversidad son las condiciones idóneas para el pleno desarrollo del buscador de riquezas contemporáneo. La independencia, la audacia, el coraje, el gusto por el riesgo o, incluso, el espíritu de aventura, son algunas de las características que deben poseer los emprendedores según el discurso que exalta el liberalismo económico. Lo implícito³¹ en la promoción del modelo emprendedor es la capacidad de acción, de creación, de innovación; es decir, de enfrentar un porvenir incierto que no ofrece los útiles necesarios para afrontar la vida económica. En definitiva consideramos el modelo emprendedor como la voluntad de convertir por sí mismo la desdicha en dicha, la crisis en oportunidad, la mala suerte en buena suerte, en fin, en fortuna.

Amenazados por la realidad social que les niega oportunidades de empleo asalariado, los ciudadanos progresivamente desocializados son más suscep-

tibles de abrazar fácilmente el modelo que exalta la capacidad individual y los beneficios egoístas del enriquecimiento personal. Generoso en beneficios materiales y simbólicos, el esquema emprendedor parece ser capaz de convencer fácilmente a las fracciones que sueñan con una promoción social idealizada por los medios de comunicación³² y por las “historias de éxito”. Por su impacto, la política de invitar a emprender una actividad económica por cuenta propia parecería un medio de perpetuar el orden social, castigando doblemente a los más desvalidos: primero, por la dificultad de participar en el juego económico sin conocer las reglas del mercado, y segundo, por el pago de impuestos correlativo. Ocultando las desventajas del modelo (costo social y psicológico) el discurso pro-emprendimiento se instaure como un ejercicio esencialmente oratorio, que oculta magníficamente los envites más importantes por sus formas de presentación.

Finalmente, ante la imposibilidad de justificar racionalmente el modelo emprendedor, una argucia común para transmitirlo más eficazmente es a través las formas de presentación (García, 2005). Sus principales defensores recurren regularmente a diversas modalidades: estrategias de condescendencia, a la ironía, las bromas, el humor, las ocurrencias³³, pero sobre todo a una forma de hablar “franca”, “directa”,

³⁰ El cuadro de interpretación schumpeteriano piensa el desarrollo económico en términos industriales y sería el resultado de la acción emprendedora orientada a la empresa. Las dificultades para pasar del “patrón” tradicional al emprendedor moderno estarían ligadas a la influencia de los grupos dominantes tradicionales orientados más bien a la búsqueda de beneficio inmediato que a una inversión a largo plazo (Poupeau, 2004; Cardoso, 1970).

³¹ Bajo la huella de Foucault, no se trata de explicar la historia del pensamiento o de hacer una “historia de mentalidades”, que es una tarea de historiadores dice Veyne (1995: 210), sino de “definir los pensamientos implícitos, que él llama discursos, prácticas discursivas o presupuestos”.

³² Encontramos regularmente en la prensa la promoción del espíritu emprendedor dirigida hacia los niños (F. Cepeda, 2005. Falta en México motivación emprendedora para niños. *El Norte*, 18 de abril) o en las revistas especializadas como *Entrepreneur*. Podemos apreciar la estructuración desde la niñez en un parque temático (Mundo de aventuras), donde existe una representación de una universidad privada local, que exige la capacidad emprendedora, y que idealiza la imagen de éxito, pero sobretodo una vía de éxito para los niños. En fin, constatamos también la promoción de los emprendimientos económicos destinados a los menores por las cámaras empresariales y por diversas ONGs como Junior Achievement (D. Franco, 2004. Emprendedores desde chiquitos. *El Norte*, 8 junio).

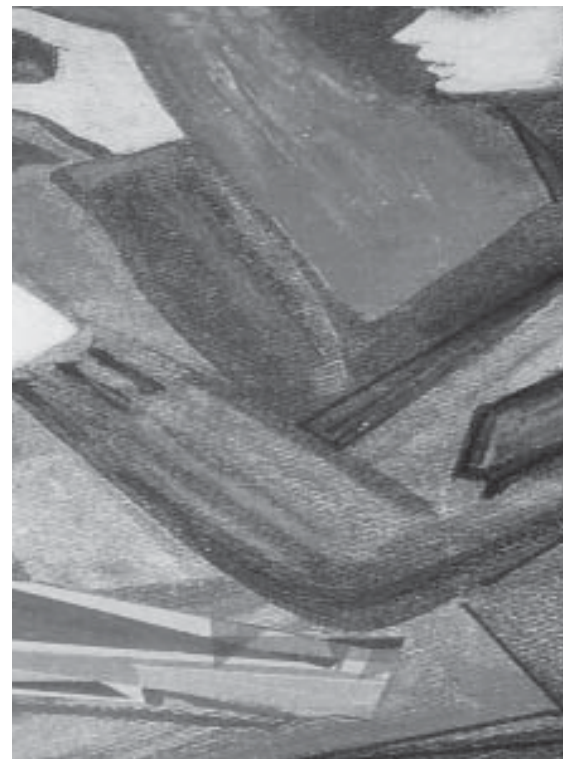
³³ Dicha práctica lingüística es llamada comúnmente “campechaneó”. Consiste en una economía de lenguaje, que se caracteriza por el recurso de expresiones idiomáticas que buscan igualar a miembros de grupos sociales distintos, en beneficio del dominante. El ajuste de entonación y vocabulario a cada contexto trata de

opuesta al discurso tecnocrático, cuyo tono inspira desconfianza y resulta poco atractivo para las grandes masas. Seducidos y fascinados por las virtudes del emprendimiento, las fracciones sociales marginadas o excluidas de los bondades del mercado constituyen un terreno fértil para abrazar un esquema que presenta promesas tan grandes como difíciles. Habiendo perdido su carácter formal y serio, el discurso promocional del emprendedor tiene menos dificultades para alcanzar un abanico más amplio de capas sociales que un discurso tradicional. Más fácil de asimilarlo cuando escapa a las formas de decoro oficiales, el discurso adaptado familiarmente al temperamento de los mexicanos tiene más oportunidades de ser aceptado. Conforme con los usos y costumbres en México, la creación de “changarros” puede parecer más convincente que la creación de empresas.

CONCLUSIÓN

Como toda doctrina que se autoproclama indiscutible, la difusión del espíritu emprendedor en México merece ser cuestionada. Todo nos lleva a pensar que el modelo emprendedor es uno de los medios más económicos para ahorrarse la inversión necesaria en la gestión de las relaciones económicas y sociales del México contemporáneo. En la primera parte, tratamos de dar cuenta que ignorar las condiciones sociales de la (re)aparición del espíritu emprendedor equivaldría a no darse los medios para ver su naturaleza ideológica. La promoción del espíritu emprendedor no se explica por rasgos individuales. Las nuevas formas de organización de trabajo, la desaceleración industrial y los imperativos de la globalización económica explican su pronto impulso. La fragmentación de la condición salarial (Castel, 1995; Beck, 2001) y la contracción del mercado de trabajo, agravada por la apertura económica, empujan a optar por la crea-

establecer una identificación mutua de los participantes del intercambio lingüístico.



ción de empresas o por el autoempleo. En la segunda parte, se trató de explicar que los fundamentos del modelo emprendedor son menos teóricos que ideológicos por estar sujetos a valores morales y a juicios de valor. A falta de una teoría única de los emprendedores, las bases que pretende sustentar el modelo emprendedor (psicológicas) son relativamente endebles, sin mencionar que su análisis se basa en abstracciones teóricas y postulados de pretensión universal. En la tercera parte, se intentó esclarecer cómo sus formas de presentación dan fuerza a la imposición del modelo emprendedor, le dan más fuerza simbólica que material. Todo parecería indicar que la economía emprendedora encuentra su más fuerte sostén en el coraje que debe producir la confrontación con la adversidad económica de individuos abandonados cada vez más a los azares de la existencia. 🐼

BIBLIOGRAFÍA

- Audrey, B. (1994), *Le travail après la crise*, Paris: Interéditions.
- Babb, Sarah (2001), *Managing Mexico. Economists from nationalism to neoliberalism*, Princeton: Princeton University Press.
- Bates, Timothy (1993), *Theories of entrepreneurship*, en Richard Bingham y Robert Mier (Eds.), *Theories of local economic development: perspectives from across the disciplines*, London: Sage, 248-266.
- Beck, Ulrich. (2001), *La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, Paris: Aubier.
- Boltanski, Luc y Eve Chiapello (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris: Gallimard.
- Bourdieu, Pierre (1963), "La société traditionnelle. Attitude à l'égard du temps et conduite économique", en *Sociologie du travail*, 1: 24-44.
- _____ (1977), *Algérie 60*, Paris: Minuit.
- _____ (1997b), "Le champ économique", en *Actes de la recherche en sciences sociales*, 119: 48-66.
- _____ (1998), *Contre-feux*, Paris: Raisons d'agir.
- _____ (2000), *Les structures sociales de l'économie*, Paris: Seuil.
- _____ (2001), *Langage et pouvoir symbolique*, Paris: Seuil.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant (1998), "Sur les ruses de la raison impérialiste", en *Actes de la recherche en sciences sociales*, 121-122: 109-118.
- Camp, Roderic Ai (2002), *Mexico's mandarins. Crafting a power elite for the Twenty-First Century*, Berkeley: University of California Press.
- Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CAINTRA) (2004), *Valeurs que nos fortalecen. 60 aniversario Caintra Nuevo León*, Monterrey: Impresores Unidos.
- Cardoso, Fernando Henrique (1970), *Sociologie du développement en Amérique latine*, Paris: Anthropos.
- Castel, Robert (1995), *Les métamorphoses de la question sociale. Une chronique du salariat*, Paris: Gallimard.
- Cepeda, F. (2005), "Falta en México motivación emprendedora para niños", en *El Norte*, 18 de abril, sección, p. 3A.
- Cerutti, Mario (1983), *Burguesía y capitalismo en Monterrey, 1850-1910*, México: Claves Latinoamericanas.
- Convert, Bernard y Johan Heilbron (2004), "Genèse de la nouvelle sociologie économique aux Etats-Unis", en Joahan Heilbron, Remi Lenoir y Gisèle Sapiro (Eds.), *Pour une histoire de sciences sociales. Hommage à Pierre Bourdieu*, Paris: Fayard.
- Coutrot, Thomas (1998), *L'entreprise néo-libérale, nouvelle utopie capitaliste*, Paris: La Découverte.
- Darras (1966), *Le partage des bénéfices*, Paris: Minuit.
- Dezalay, Yves y Bryant Garth (1998), "Le 'Washington Consensus'. Contribution à une sociologie de l'hégémonie du néolibéralisme", en *Actes de la recherche en sciences sociales*. 121-122: 3-22.
- _____ (2002), *La mondialisation des guerres des palais. La restructuration du pouvoir d'État en Amérique latine, entre notables du droit et 'Chicago Boys'*, Paris: Seuil.
- Franco, D. (2004, 8 de junio), "Emprendedores desde chiquitos", en *El Norte*, Monterrey, México.
- Foucault, Michel (1971), *L'ordre du discours*, Paris: Gallimard.
- _____ (2004), *Naissance de la bio-politique. Cours au Collège de France, 1978-1979*, Paris: Seuil.
- Fox, Vicente (2004, 11 de agosto), "Changarro, semillero empresarial", en *El Norte*, Monterrey, México.
- García, D. (2003), *La 'culture d'entreprise' et l'esprit entrepreneur dans l'éducation supérieure privée à Monterrey: le cas du 'Tec'*, tesis de maestría, École des hautes études en sciences sociales (EHESS) Paris.
- _____ (2005), "Notes sur l'entrepreneuriat au Mexique. Discours de pouvoir et pratiques économiques", en *1er Congrès du GIS Amérique latine*, 3-5 nov. 2005, Francia : Université de La Rochelle.
- _____ (2006a), "La sociología económica de Pierre Bourdieu: la economía de las prácticas económicas", en I. Jiménez (Ed.), *Pierre Bourdieu. Ensayos II*, México: UNAM (en prensa).
- Granovetter, Mark (1985), "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", en *American Journal of Sociology*, 91: 481-510.
- _____ (1995), "The economic sociology of firms and entrepreneurs", en A. Portes (Ed.), en *The economic sociology of immigration: essays on networks, ethnicity and entrepreneurship*, New York: Sage.
- Haber, Stephen (1989), *Industry and underdevelopment. The industrialization of Mexico, 1890-1940*, Stanford: University of Stanford Press.
- Lebaron, Frédéric (2000), *La croyance économique. Les économistes entre science et politique*, Paris: Seuil.
- _____ (1998), "L'impérialisme de l'économie. Éléments pour une recherche comparative", en *Actes de la recherche en sciences sociales*, 121-22 (marzo): 104-108.
- Linhart, Daniele (2004) [1994], *La modernisation des entreprises*, Paris: La Découverte.
- Lipset, Seymour Martin y Aldo Solari (Eds.) (1967), *Elites in Latin America*, New York: Oxford University Press.
- Marichal, Carlos y Mario Cerutti (1997), *Historia de las grandes empresas en México*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Martinelli Alberto (1994), "Entrepreneurship and management", en N. Smelser y R. Swedberg (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton: Princeton University Press: 476-503
- Molina, Victor E. (2003), *Estrategias para el inicio y manejo exitoso de un changarro*, México: ISEF.
- Morduch, Jonathan (1999), "The microfinance promise", en *Journal of Economic Literature*, 37 (4): 1569-1614.
- Polanyi, Karl (1983) [1944], *La grande transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Paris: Gallimard.
- Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press.
- Presidencia de la República (2004), *México debe ser un país de emprendedores: Fox*, México: Presidencia de la República, Consultado el 1 noviembre de 2005, en: www.presidencia.gob.mx.
- Ricardo, D., (1882), *Œuvres complètes*, Paris: Guillaumin.
- Rist, Gilbert (2001), *Le développement. Histoire d'une croyance*

- occidentale*, Paris: Presses de Sciences Politiques.
- Rousseau, Isabelle (1999), *Mexique : une révolution silencieuse? Elites gouvernementales et projet de modernisation (1970-1995)*, Paris: L'Harmattan.
- Saragoza, Alex M. (1988), *The Monterrey elite and the Mexican State, 1880-1940*, Austin: University of Texas Press.
- Steiner, Philippe (1999), *La sociologie économique*, Paris: La Découverte.
- Swedberg, Richard (2000), *Entrepreneurship. A social science view*, Oxford: Oxford University Press.
- _____ (2003), *Principles of economic sociology*, Princeton: Princeton University Press.
- Thornton, Patricia H. (1999), "The sociology of entrepreneurship", en *Annual Review of Sociology*, 25: 19-46.
- Valier, Jacques (2005), *Brève histoire de la pensée économique d'Aristote à nos jours*, Paris: Flammarion.
- Velasco, E. (2005, 20 de octubre), "México, líder en AL en incubación de empresas", en *La Jornada*, p. 35, México.
- Veyne, Paul (1995), *Le quotidien et l'intéressant*, Paris: Belles Lettres.
- Weber, Max (1964), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris: Plon.
- Williamson, J. (1990), *Latin American Adjustment: How Much Has Happened?*, Washington D.C.: Institute for International Economics.
- Yunus, Muhammad (1998) *Vers un monde sans pauvreté. L'autobiographie des banquiers de pauvres*. Paris : Lattès.
- Zalio, Pierre Paul (2004), "L'entreprise, l'entrepreneur et le sociologue", en *Entreprises & Histoire*, juin:16-30.
- _____ (2005), *Mondes patronaux et territoires: esquisse d'une théorie sociologique de l'entrepreneur*, Mémoire pour l'HDR, Francia: Institut d'Études politiques (IEP) de Paris.
- Zalio, Pierre-Paul y Gilles Bastin (2003), "Sociologie économique début de siècle: l'impossible troisième voie entre histoire et théorie économique", en *Terrains & Travaux*, 4: 6-55.

Recibido: noviembre de 2005

Aceptado: marzo 2006