

## De la metáfora del mercado a la sinécdoque del emprendedor: la reconfiguración política del modelo referencial de trabajador

Amparo Serrano Pascual<sup>1</sup>; Carlos J. Fernández Rodríguez<sup>2</sup>

Recibido: 26.02.2018 Aceptado: 23.03.2018

Cómo citar: Serrano Pascual, A.; Fernández Rodríguez, C.J. (2018) “De la metáfora del mercado a la sinécdoque del emprendedor: la reconfiguración política del modelo referencial de trabajador”. *Cuadernos de Relaciones Laborales* 36(2), 207-224.

### Introducción

Las transformaciones operadas en la regulación y organización del trabajo han ido generalmente acompañadas de un proceso de redefinición del trabajo como categoría central del ordenamiento social. Son numerosos los estudios e investigaciones (por ejemplo Alonso, 2018; Drahoukoupil y Fabo, 2018; Valenduc, 2018) dirigidos a analizar la reformulación radical que se está operando en el mundo del trabajo tras las recientes orientaciones del modelo productivo y la alteración de las relaciones de fuerza entre los actores del mundo laboral, con la consiguiente fragilización política del trabajador. Una característica central de esta vulnerabilización política del trabajo está vinculada con la reformulación de los ejes que articulan la definición del “buen trabajador” (Peters, 2001; Brown, Hesketh y Williams, 2003). Estas demandas están conformando un nuevo sujeto político, una de cuyas expresiones más importantes es la *empresarización* de nuestros imaginarios, esto es, la colonización de la metáfora del mercado/empresa en los modos de pensar y autorregular la propia vida y de construir sentido al vínculo social (Laval y Dardot, 2013). Una de las principales características de este nuevo modelo cultural que vehicula el referencial del emprendimiento está vinculada con la autorresponsabilización creciente ante la vulnerabilidad. Esta colonización política de nuestros imaginarios culturales está induciendo una creciente despoltización del trabajo, esto es, la omisión de la capacidad de hacer pensable la conexión entre la vulnerabilidad en el trabajo y relaciones políticas de desigualdad.

<sup>1</sup> Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Antropología Social y Psicología Social. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Instituto Universitario TRANSOC  
aserranop@cps.ucm.es

<sup>2</sup> Universidad Autónoma de Madrid. Departamento de Sociología.  
carlos.fernandez@uam.es

Por tanto, un importante exponente de este proceso de mutación cultural del trabajo es la extensión del emprendimiento como nuevo referencial con el que nombrar el empleo e imaginar su regulación política. La eficacia simbólica del referencial del emprendimiento procede, en gran medida, de la crisis de la categoría de empleo asalariado que resulta de la intensificación del neoliberalismo. Aunque esta noción de neoliberalismo puede entenderse de diversas maneras<sup>3</sup> (Byrne, 2017), el uso que se hace en este monográfico alude fundamentalmente a la reformulación de los géneros de gobierno de la subjetividad (régimen de subjetivación). El paradigma del emprendimiento se ha convertido en uno de los principales referentes en el imaginario social contemporáneo, fuertemente permeado por los valores gerenciales propios del neoliberalismo (Alonso y Fernández Rodríguez, 2013 y 2018). Parte esencial del discurso del *management* contemporáneo, ha alcanzado una centralidad ineludible en las últimas décadas, hasta el punto de convertirse en un mantra que permea el campo mediático, institucional e incluso universitario<sup>4</sup>. Las fronteras que han dividido los espacios (y las lógicas) mercantilizados y no mercantilizados se alteran y se hacen cada vez más difusas, como resultado de la hegemonía de la metáfora de la empresa en la producción simbólica de representaciones que conforman nuestro modo de pensarnos como sociedad. La demanda inexorable que insta a activar el marco empresarial, a la hora de vigilarnos y autorregularnos, no se circunscribe, de esta manera, a la presencia en los lugares de trabajo sino que, dado el desdibujamiento de sus límites, abarca todas las regiones de la experiencia vital (Cruz, 2017).

La cuestión de la colonización de la metáfora de la empresa en los modos de imaginarnos como sociedad adquiere una orientación específica en el caso español, caracterizado por un régimen de empleo (Prieto, 2014) que fragiliza particularmente la capacidad de pensar y actuar frente al trabajo de forma colectiva y que dificulta la expresión y visibilización de la interdependencia. Acarrea un proceso que sitúa en el centro de nuestras representaciones la lógica de acumulación del capital, la competitividad y el cálculo productivista, en detrimento de otros principios como pueden ser el derecho a una buena vida, el reconocimiento de la vulnerabilidad como característica inmanente al sujeto y la conciencia de formar parte de un entramado de relaciones de interdependencia (Artiaga Leiras, 2015; Pérez Orozco, 2014).

Aunque la cuestión del emprendimiento no es nueva, su reciente popularidad y su presencia multiforme y omnipresente es expresión de un proceso de ingeniería cultural que conforma la atomización política de un nuevo sujeto laboral. Esta mercantilización del lenguaje cotidiano se ha visto acelerada, paradójicamente, tras la crisis del mercado inmobiliario y financiero (Holborrow, 2015). De ahí que la cuestión del emprendimiento vaya más allá del enaltecimiento de un “espíritu” que sitúa el mercado en el epicentro de las representaciones de la sociedad, construyendo un nuevo modelo virtuoso de hombre empresarial (Bröckling, 2016; Du Gay, 2012; Laval y Dardot, 2013). También promueve una concepción psicologizante y atomizadora que reduce el espacio de problematización y de interpelación social a la mera subjetividad individual (Crespo Suárez y Serrano Pascual 2011). Supone

<sup>3</sup> Byrne (2017) denuncia la ambigüedad y diversidad de modos de usarse el concepto de neoliberalismo, que limita su potencial analítico. Diferencia entre tres modos predominantes de entender el concepto: como ideología o proyecto hegemónico, como modo de regulación impuesta, y como racionalidad gubernamental orientada al mercado.

<sup>4</sup> Sobre la expansión de estos discursos del *management*, ver los trabajos de Alonso y Fernández Rodríguez, 2013; Fernández Rodríguez, 2007; y el monográfico coordinado por Fernández Rodríguez y Medina-Vicent (2017).

una intensificación en los procesos dirigidos a producir lo que Boltanski y Chiapello (2002) denominaban la sumisión voluntaria, esto es, lograr la adhesión dóxica del trabajador, haciendo que la inseguridad deje de representarse como un riesgo para pasar a ser una oportunidad, y, por tanto, patologizándose el ansia de estabilidad. Induce una reformulación paradigmática que reorienta al sujeto interpelado: del propietario de la empresa al propietario del yo. Este ejercicio de ingeniería política, que hace de la socialización emocional (la lucha contra la aversión al riesgo) uno de sus principales ejes, promueve una concepción que descolectiviza y desocializa al individuo, haciéndole asumir, de modo individual, los retos y responsabilidades de su devenir personal. Se trata de promover racionalidades políticas cuyos principios de funcionamiento interpelen económicamente al individuo y le hagan responsable de promover una competencia dinámica y rentable que permita salvarse de/a sí mismo e inventar, de forma creativa e innovadora, nuevos nichos vitales. Invitan a pensar y discutir lo social de una nueva forma, contribuyendo a la atomización política de los sujetos y siendo, así, expresión de nuevos modos de individualización. Estos marcos de mercantilización radicalizada son expresión de una intensificación de las tecnologías de sujeción y disciplinamiento, que convierten a la aspiración a la autonomía y a la libertad en territorios estratégicos de control social, y a la subjetividad del trabajador en el principal espacio de intervención política.

Estos cambios están induciendo importantes mutaciones no solo en la conformación del sujeto referencial del trabajo (que pasa a ser ahora el emprendedor), sino también en el tipo de empleo y entornos que se suponen propician la innovación y la productividad (Alonso y Fernández Rodríguez, 2011; Drahokoupil y Fabo, 2018; Valenduc, 2018). Junto a estas transformaciones operadas en los modos de trabajar, se está promoviendo una nueva *semántica de la vulnerabilidad* (Martuccelli, 2017), que articula nuevos territorios de gobierno de lo social como “*a priori* del pensamiento político” (Rose, 2007: 115), una reconfiguración de los espacios “de lo pensable y lo decible” acerca del vínculo social (Angenot, 2010).

### **Transformaciones productivas, semánticas de la vulnerabilidad y producción de nuevos sujetos**

La extensión de esta narrativa del emprendimiento cobra su sentido en un contexto laboral como el contemporáneo en donde se está produciendo una diversificación de la situación jurídica del trabajador, una puesta en cuestión de los recursos de poder colectivo y una desintegración importante del estatuto salarial. La descomposición de los principales mecanismos de colectivización del trabajo y las intensificadas demandas organizacionales están induciendo una importante precarización laboral. A su vez, las tecnologías, y la consiguiente automatización del trabajo tanto físico como intelectual, se están convirtiendo en los principales impulsores de productividad y competitividad empresarial, reconfigurando radicalmente las formas de trabajar (intensificación del trabajo, capacidad de poner en contacto de forma inmediata a diversas personas, aceleración de la globalización, atomización del trabajador, división internacional del trabajo, polarización de las habilidades, fragmentación del trabajo, etc.) (Alonso, 2018; David y Dorn, 2013; Degrijse, 2016; Drahokoupil y Fabo, 2018; Huws, 2013; Valenduc, 2018).

Un exponente de estos procesos de reformulación del trabajo y de su regulación es la creciente hibridación de los estatutos de empleo (Baylos, 2018; Bernard y Dressen, 2014; Riesco Sanz, 2018; Serrano Pascual y Jepsen, 2018). Las condiciones laborales y estatutarias del trabajador asalariado y autónomo se mezclan y difuminan. Los nuevos modelos de gestión organizacional reformulan las condiciones de trabajo y el régimen y mecanismos de movilización del empleo asalariado -responsabilización del trabajador, autonomía en el trabajo, participación en los objetivos de la empresa, implicación, autorregulación-, asemejándose, cada vez más, a las del trabajador independiente. Además, los trabajadores pueden combinar diversos estatutos contractuales -véase, por ejemplo, la figura del profesor asociado en el seno de las universidades-; las condiciones de ejercicio de la tarea del trabajador autónomo pueden asemejarse a las del trabajador asalariado -véase, la figura del falso autónomo- (Baylos, 2018; Célérier, Riesco Sanz y Rolle, 2017), y se induce una creciente heterogeneidad tanto en el seno de la condición asalariada (trabajo atípico o nuevas fórmulas de flexibilización del trabajo: Caveng, 2014; Menoux, 2014) como aquella del trabajador independiente (Bureau y Corsani, 2014; Nicourt y Cabaret, 2014), lo que explica el acercamiento creciente de condiciones y estatutos entre ambas categorías (Bernard y Dressen, 2014; Riesco Sanz, 2018). Por tanto, las fronteras entre el emprendedor y el asalariado son cada vez más borrosas y, a pesar de que el estatus de asalariado afecta a la mayoría de la población trabajadora, se está produciendo una importante reconfiguración y deconstrucción de su estatuto jurídico (Riesco Sanz, 2018).

Esta fragilización política del empleo como categoría social, tras los procesos de transformación del modelo productivo, va acompañada de un proceso de reformulación de su *ethos* legitimador. En este contexto, la cuestión del emprendimiento está vinculada con un proceso disciplinario de interpelación política dirigido a los trabajadores que reclama la reconfiguración moral y política del modelo referencial de trabajador y, por tanto, es expresión del papel que está adoptando el referencial identitario de la autoempresa como epicentro del orden social. Pero podría también interpretarse como una forma de liberarse de la subordinación que caracteriza a la relación asalariada o, alternativamente, como un modo de redefinir el papel y lugar que juega el empleo en la vida de las personas (De Heusch, 2018; Dey y Steyaert, 2010; Korsgaard, 2007). De ahí el interés en analizar los efectos disciplinarios de este imaginario, pero también sus potenciales resistencias.

## **Ejes articuladores de la narrativa del emprendimiento**

En este contexto de redefinición de las reglas de juego del modelo económico, la extensión del referencial del emprendedor en nuestros imaginarios colectivos puede tener importantes efectos disciplinarios. Los conceptos que articulan nuestros imaginarios sociales, como es el caso con la noción de emprendimiento, integran perspectivas acerca de cómo relacionarnos con los objetos sociales. Por ello, su extensión tiene una naturaleza performativa: estas categorías no solo describen sino que también prescriben, realizan juicios morales; no solo enuncian, también denuncian (integran marcos políticos con los que representar un determinado problema). El estudio de los modos de articular el “sentido común” del emprendimiento permite identificar

no solo sus *aprioris* semánticos sino también el modo en que estas narrativas vehicular y mistifican relaciones políticas. El análisis de la topología de los repertorios discursivos que articulan la figura épica del emprendedor permite identificar los ejes que vehicular un nuevo modelo cultural.

Las reglas generales de lo *decible* acerca del trabajo y de su regulación, que promueve la narrativa del emprendimiento, se articulan en torno a *cuatro* ejes semánticos. En primer lugar, esta retórica del emprendimiento expresa un proyecto de recuperación y evocación romántica de una narrativa épica que recrea de forma permanente hazañas de personajes heroicos enfrentados a constantes desafíos<sup>5</sup>. El estilo narrativo de este discurso induce una romántica exaltación de personalidades insólitas, cuyo éxito radica en una subjetividad inconformista con las “normas sociales convencionales” (de la sociedad asalariada) y cuyos registros autorreferenciales promueven una apología al deseo y mito de libertad del individuo y de proyección hacia el futuro. Se incide, con ello, en una exaltación mesiánica de la capacidad transformadora, creadora y purificadora del emprendimiento, que convierte al emprendedor en redentor de una sociedad en crisis (Dey y Steyaert, 2010). Las metáforas con las que se ha nombrado la crisis económica, y, más particularmente, el marco moralizante con el que se nos ha invitado a pensarla (a golpe de metáforas: “hemos vivido por encima de nuestras posibilidades”; “castigo de los mercados”; “recuperar la confianza”; “ajuste bendecido por Bruselas”, “hacer los deberes”, etc.) (Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2016; Lizcano, 2009; Serrano Pascual y Fernández Rodríguez, 2014), han sembrado las condiciones semánticas adecuadas para este auge del discurso mesiánico del emprendedor.

Un segundo rasgo propio de esta narrativa del emprendimiento consiste en arraigarse en una retórica del cambio articulada en una relación de intertextualidad con la narrativa de su alter ego (en formato de anti-héroe): el referencial de la sociedad asalariada. Tal y como planteaba Voloshinov (1992), los discursos no pueden entenderse como unidades aisladas, que se bastan a sí mismas, sino que hay que estudiarlas como reflejos de otros textos (responden a otras reglas de lo decible: ver Angenot, 2010) a partir de los cuales estos discursos cobran sentido. En el caso del emprendimiento, su alter ego estaría conformado por los referentes culturales de la sociedad asalariada (la seguridad y prudencia, la protección social, la colectivización del riesgo). El emprendedor es todo lo que el trabajador asalariado no es (o su versión paródica: el funcionario<sup>6</sup>): un emprendedor es el que huye de la dependencia (del empleador, del estado social, de la familia) y de la seguridad, el que busca reinventarse económicamente, construir un proyecto singular que exprese (a través del mercado) su naturaleza extraordinaria. De este modo, el ansia de seguridad se transforma semánticamente en miedo; la necesidad de pertenencia en alienación; el conflicto social en ambivalencia personal; la vulnerabilidad en inseguridad personal. Esta reconfiguración de los ejes que han fundamentado la sociedad asalariada genera una reformulación de las acepciones (resemantización) de las instituciones

<sup>5</sup> Una constante en los medios de comunicación es la presencia, a través de diversos formatos, de testimonios de exitosos emprendedores que, confesando sus hazañas épicas, exaltan sus cualidades intrínsecas (perseverancia ante la adversidad; valor y autoconfianza; flexibilidad resolutive, performatividad, etc). Estas cualidades, que hacen del emprendimiento una cuestión de personalidades heroicas, evocarían la épica del superviviente emprendedor (Urraco et al 2017)

<sup>6</sup> Otro arquetipo del antihéroe es la figura del “nini” contrapuesto al ideal moral del joven emprendedor (Serrano Pascual y Martín Martín, 2017)

clave con las que hemos regulado el mercado. De este modo, la protección social, más que un recurso empoderador y desmercantilizador, pasa a entenderse como un factor productivo, o bien como un incentivo económico (apelación a la activación); el derecho laboral, expresión de la asimetría conflictiva que caracteriza a las relaciones laborales, es ahora representado como factor de vulnerabilización del mercado (promotor de rigideces); el éxito, la libertad, la potencia pasan ser conquistas personales, expresión del impulso activador de sujetos extraordinarios en vez de fruto de relaciones sociales de interdependencia. Por tanto, un eje central de este referencial del emprendimiento consiste en su naturaleza deconstrutora: problematiza las instituciones con las que se ha regulado y construido lo social a lo largo del siglo XX. Bajo un fondo de crisis, este referencial produce una interpelación a (cuestionamiento de) las instituciones, conceptos y actores que han permitido regular y nombrar la vulnerabilidad y el empleo en las sociedades asalariadas.

Esta retórica del cambio se articula en torno a dos ejes complementarios. En primer lugar, la presencia de una construcción social de la crisis económica como crisis cultural, que convierte al cambio de las mentalidades y de los valores en condición ineludible de superación de la crisis social. En segundo lugar, la apropiación hiperbólica de una representación mitificada de la juventud como valor referencial y modelo cultural. El emprendedor sería un sujeto en proyecto: móvil, desapegado del pasado, proyectado hacia el futuro, valiente y asertivo. El emprendimiento sería, así, una cualidad singular, que sitúa al sujeto que la detenta en modelo de comportamiento, no solo para los jóvenes sino para la sociedad en general. Activando una representación de la juventud como metáfora del futuro y sujeto de cambio social y de progreso, esta noción asume la necesidad de reformular las nociones convencionales de empleo y de solidaridad. La salida a la crisis es presentada como la superación del imaginario del trabajo asalariado, de concepciones previas acerca de cómo regular el empleo y como punto de inflexión en la reconstitución de las subjetividades en torno al trabajo. Esta figura condensa la representación mítica de una nueva sociedad, en donde el asalariado sería una categoría obsoleta, un cambio en el modelo de referencia del trabajador. El paso del empleado al emprendedor implica una migración semántica de la categoría referencial con la que hemos pensado la vulnerabilidad (el trabajador asalariado) hacia un nuevo campo léxico con respecto al empleo. La dicotomía empleado-empendedor queda resuelta con la noción mixta de emprendedor: reformula el lexema modificando la idea nuclear que se aporta con la palabra (del “emple”-ado al “emprend”-edor esto es, de empleo a empresa) y orientado el morfema (“ado”) hacia la familia léxica del “edor”, modificando la acepción de la palabra (de sustantivo que recibe la acción de emplear a agente de esta misma acción). La noción de emprendedor nos invita a pensar de otra manera las dicotomías que han articulado los conflictos laborales en las sociedades asalariadas.

Un tercer eje que caracteriza la narrativa del emprendimiento viene caracterizado por convertir a la empresa en metáfora directriz de nuestros imaginarios contemporáneos. El uso de esta metáfora teje una red de significados que nos vincula con sus valores latentes (eficacia, rentabilidad, competitividad, etc) creando un campo semántico que articula los modos como nos pensamos como sociedad. No es solo que usemos la metáfora de empresa para pensarnos como sujeto social, sino que convertimos a los principios de funcionamiento de la empresa en modos hegemónicos de imaginarnos como trabajadores y como ciudadanos. Esta hegemonía de la metáfora de la empresa, y su radicalización (transformación en la sinécdoque del emprendedor), es el resultado

de un largo peregrinaje semántico. Una breve reconstrucción de su evolución semántica nos permite identificar algunas de las claves de su eficacia simbólica. Como algunos autores han destacado, la revolución liberal puede entenderse como una revolución semántica (Cabrera, 2004; Williams, 1983). Esta revolución entendida por el liberalismo ha permitido dotar al mercado de un nuevo significado. De una designación metonímica (espacio en donde tiene lugar un intercambio de bienes y servicios, cuyas normas y reglas eran solo válidas para ese espacio y que eran, a su vez, reguladas por gremios y casas de oficios que se encargaban de la supervisión de estos intercambios comerciales), característica de las sociedades preindustriales, el concepto de mercado pasa a convertirse en metáfora connotadora de un nuevo modo de regulación no solo económica sino también social. Este cambio de significación, vehiculado por la metáfora del mercado, establece un nexo con un nuevo horizonte valorativo: el mercado pasa a ser demiurgo, con capacidad pacificadora de las pasiones, lo que hacía al “dulce” comercio una actividad civilizadora (Rosanvallon, 2006). A esta actividad mística que rinde culto a un actor sin dueño, se une otra representación metafórica del mercado como un espacio autorregulado, sometido a un equilibrio homeostático (la “mano invisible” de Smith) que coordina y regula sus fuerzas (productivas). Esta concepción del pensamiento liberal conduce a (y legitima el) abogar por la retirada del Estado u otras instituciones de la regulación de estos intercambios. En ambos casos, la metáfora del mercado naturaliza su funcionamiento y despolitiza su regulación. Frente a esta performatividad despolitizadora de la metáfora del mercado, y en un contexto de lucha por el signo (o de acepciones de las palabras), los movimientos sociales de finales del s. XIX y principios del XX se han movilizad con el objetivo de emprender su deconstrucción y desnaturalización, reclamando la politización de su funcionamiento y la provisión de espacios desmercantilizados de protección social (dotación de espacios no regidos por las normas autoritarias del mercado). Esta desmercantilización ha sido posible por una concepción desindividualizante (una sociedad de equivalentes) de los problemas ante los que nos enfrentamos y una representación colectivista de la potencia y de la autonomía, a la que contribuyeron la invención del “empleo” y del “desempleo” (Salais et al., 1990).

La narrativa del emprendimiento está, sin embargo, reformulando (además de ser expresión de) la posición entre actores que participan en estas luchas semánticas, facilitando una mutación de esta metáfora hacia la sinécdoque del emprendedor, convirtiendo al mercado en oráculo donde los individuos son interpelados, y los valores empresariales en criterios y fundamentos con los que estos van a ser juzgados. De este modo, los problemas ante los que nos enfrentamos dejan de percibirse bajo marcos políticos para pasar a interpretarse en términos eminentemente económicos (Fairclough 2000). El emprendedor no es sino una expresión metonímica radicalizada de esta colonización de los principios económicos, por un lado, y empresariales, por otro, en nuestros imaginarios políticos.

Un cuarto eje que articula la narrativa del emprendimiento es el actuar como “metanoción”, mítica panacea (palabra “atrapatodo”) a la que se le atribuye la capacidad de combatir cualquier tipo de problema: constituye el remedio ideal para combatir el desempleo y la exclusión social, la pobreza, la crisis o estancamiento económico, la desigualdad entre hombres y mujeres, la vulnerabilidad psicológica, etc. Si el objetivo inapelable sería la dinamización económica, esta receta, susceptible de ser aplicable a cualquier problema, situación o época histórica, hace de la regulación del propio yo el espacio central donde articular las aporías con las que se problematiza lo

social. Esta posición de “metanoción”, de discurso único, de “meta-narrativa” (Dey y Steyaert, 2010) explica la alta polisemia que caracteriza el uso de este concepto, siendo usado en contextos semánticos muy diferenciados para connotar una mítica resolución de todo tipo de obstáculos. Esto explica la extensión de estos marcos empresariales en diversas esferas (educación, políticas de empleo, gestión empresarial, economía, movimientos sociales, etc.) y la importancia, justamente, de identificar sus múltiples acepciones. En el seno de esta polisemia, podríamos identificar *seis acepciones* dominantes, que van a ser desarrolladas de forma minuciosa en los diversos artículos que componen el monográfico.

Una primera acepción del término entiende al emprendimiento como pivote en el que se asienta el crecimiento económico, la innovación, la competitividad y la productividad. De este modo, el mantra del emprendimiento, recitado de forma reiterada en gran número de estudios y propuestas políticas, evoca automáticamente crecimiento y progreso económico. Sin embargo, numerosos estudios destacan la necesidad de no dar por descontado esta supuesta relación entre emprendimiento y generación de nuevo empleo o dinamismo económico (Chang, 2012; Nightingale y Coad, 2013; Martínez Sordoni, 2016). A la discusión y cuestionamiento de esta supuesta relación directa entre crecimiento económico y emprendimiento se dirige el artículo de Almodóvar que participa en este monográfico.

Un segundo contexto de uso y acepción de la noción de emprendimiento, vinculado en parte al anterior, está relacionado con las políticas activas de empleo y de sus modos de nombrarlo. El emprendimiento no sería sino una sedimentación radicalizada de los principios que han articulado el paradigma de la activación. Desde este contexto de uso, el emprendimiento alude a la necesaria reinención del trabajo para superar su crisis, a la invocación de nuevos modos de trabajar y convierte al desempleo en expresión de una mentalidad inadecuada. La promoción de un cambio actitudinal hacia el empleo asalariado se ha convertido en la principal vía de inserción en un mercado de trabajo cada vez más competitivo que ha cambiado sus reglas de juego. En este contexto, el eje central de las políticas de empleo, promovidas por instancias como las instituciones europeas, ha mutado de su tradicional énfasis en la empleabilidad hacia la *empreabilidad* (fomento del emprendimiento) (Serrano Pascual y Martín Martín, 2017). A pesar de las dudosas evidencias empíricas acerca de la capacidad creadora de puestos de trabajo por parte del “espíritu emprendedor” y de la calidad de los trabajos promovidos por este principio (Martínez Sordoni, 2016; Santos Ortega, 2014), la alusión al emprendimiento como un modo alternativo de pensarse como trabajador se ha convertido en el lema invocado de forma reiterada para superar la crisis del mercado de trabajo. El artículo de Martínez Sordoni y Amigot Leache discute los principios y pilares en los que se articula este referencial del emprendimiento en el contexto de las políticas de empleo europeas.

Un tercer contexto de uso (la cultura emprendedora) hace del emprendimiento una ética, un modelo axiológico de conducta dirigido a la producción de un nuevo tipo de sujeto (el empresario de uno mismo). Esta acepción de la noción de emprendimiento interpela no solo a los desempleados, sino a todo individuo. Implica una concepción que hace del éxito económico (y, por ende, social) una cuestión vinculada a valores morales (Ampudia de Haro, 2010). Desde este contexto, la cultura emprendedora vehicula una serie de valores a los que se supone todo sujeto tendría que aspirar: autonomía, autoeficacia, voluntarismo moral, coraje, autorresponsabilidad. Desde esta perspectiva individualizadora, a la que se adhieren gran número

de investigaciones, se identifican los factores individuales (actitud hacia el riesgo, proactividad, sentimiento de autoeficacia, resiliencia, etc) que explican el éxito de las iniciativas emprendedoras a fin de intentar promoverlos en la esfera educativa y formativa. Frente al mito individualizado del héroe emprendedor (“solo ante el peligro”), numerosos autores (Alonso y Fernández Rodríguez, 2011; Chang, 2012; Costa y Saraiva, 2012; Fligstein, 2001, Martínez Sordoni, 2016; Mazzucato, 2013; Pereira, 2010; Santos Ortega, 2014) cuestionan que el emprendimiento sea una cuestión vinculada a las mentalidades, voluntades o talentos intrínsecos a las personas, y subrayan la necesidad de reformular la noción de emprendimiento y entenderla como acción colectiva que pone en juego la aptitud de una sociedad para ofrecer instrumentos capacitadores. La desocialización y descontextualización que promueve este discurso psicologicista conduce a invisibilizar las desiguales condiciones sociales de partida de los sujetos a la hora de emprender (Briales, 2017) y la naturaleza sociopolítica del éxito social. El éxito emprendedor resulta del reforzamiento de la dimensión colectiva de la acción (instituciones colectivas, estructuras sociales estables, gobiernos centrales<sup>7</sup>, infraestructura científica, cooperativas apoyadas por el estado, capacidad colectiva para crear instituciones eficaces, etc.) como condición de éxito económico. El artículo de Roberto Rodríguez y Efrén Borges identifica, a partir del análisis de algunos importantes bestsellers de libros de autoayuda, los ejes que articulan este modelo de subjetividad ejemplar que propone el enaltecimiento del héroe emprendedor.

Una perspectiva *managerial* ha orientado una cuarta acepción de la noción, y entiende a ésta como principio promotor de valor para las organizaciones y reformulador de los valores gerenciales y del contrato social con el trabajador. El intraemprendedor condensaría la figura del “buen trabajador”, una subjetividad que reformula la naturaleza conflictiva de las relaciones laborales, resultado de la posición de subordinación y heteronomía de los trabajadores, y se orienta hacia la colaboración y adhesión dóxica con respecto a los objetivos y valores de la empresa. Supondría una redefinición de los términos del contrato laboral y moral con el trabajador (provisión de mayor autonomía y responsabilidad, gestión por objetivos, participación en los procesos, etc.), con la que ambas partes (empleador y empleado) supuestamente saldrían beneficiadas (estrategia win win) (Lahera Sánchez, 2004; Pérez Zapata, 2015). Este principio emprendedor, que interpela al trabajador en el seno de las empresas, coincide con la consolidación de un nuevo imaginario simbólico por parte del discurso del *management* y gestión empresarial. Esta concepción, que hace depender la capacidad de innovación y de competitividad empresarial de factores individuales y personales, es cuestionada por autores como Alonso y Fernández Rodríguez (2011), que destacan el papel que juegan otros factores obviados por este discurso despolti-

<sup>7</sup> Detrás de esta concepción individualizadora se encuentra el mito del mercado según el cual, tras la retirada del estado, el mercado, bajo el auspicio de personalidades emprendedoras, alcanzaría un óptimo funcionamiento. Fligstein (2001) discute esta asunción, a partir del análisis de los factores que explican el éxito emprendedor de casos emblemáticos del modelo americano, como es la revolución informática y emprendedora de Silicon Valley. Plantea como la sola presencia de iniciativas emprendedoras no basta para explicar el éxito de estas iniciativas. La participación activa del Estado estadounidense ha jugado un papel fundamental en la promoción de la innovación y en la creación de las industrias de altas tecnologías, a través de diversos instrumentos como son la fijación del marco reglamentario, la compra de tecnologías innovadoras, la promoción de infraestructuras de investigación, incentivos fiscales, etc. Similares argumentos han manejado Brown y Duguid (2002), Alonso y Fernández Rodríguez (2011) y Gurrutxaga y Galarraga (2017).

tizador y economicista del emprendimiento, como son los programas de bienestar, políticas de I+D, el papel del sindicalismo, así como otras dimensiones sociales. Al análisis de este referencial se dirige el artículo de Antonio Santos Ortega y David Muñoz Rodríguez que participa en este monográfico.

El referencial del emprendimiento es también enarbolado por algunas políticas que buscan combatir la desigualdad de género o repensar la economía. Un ejemplo sería el uso que se hace del emprendimiento como estrategia de lucha contra la desigualdad de género y como marco referencial con el que pensar y evaluar las desigualdades de género. Desde este planteamiento, numerosos estudios y propuestas políticas cuestionan la escasa presencia de mujeres emprendedoras, y movilizan una serie de estrategias dirigidas a facilitar la difusión de este principio entre las mujeres. Esta discusión ha sido objeto de numerosas objeciones que, por un lado, cuestionan los criterios de medición del emprendimiento, critican sus apriorismos políticos que refuerzan un modo de producción de conocimiento que reproducen relaciones asimétricas (Ogbor, 2000) (promoción de un modelo capitalista, masculino, occidental como referencial universal) e invisibilizan otros modos de emprender, y, por otro lado, apuntan a la necesidad de revisar los términos del debate: más que inducir a las mujeres a ser emprendedoras, sería necesario revisar los objetivos y axiomas del emprendimiento. Este principio del emprendimiento parte de un modelo de racionalidad económica supuestamente neutro, universal y desgenerizado. Sin embargo, las características del emprendedor (asertivo, espíritu de iniciativa y liderazgo, planificador) no serían sino expresión del arquetipo de racionalidad masculina (Bruni, Gherardi y Poggio, 2004). Desde una perspectiva feminista, cooperativista y/o ecosocial se ha planteado una importante crítica al principio de autosuficiencia del sujeto que conforma el referente cultural del *héroe emprendedor*, al supuesto de emancipación a través del (auto)empleo que convierte a la gestión empresarial de las emociones en criterio de *salvación del alma* (Illouz, 2010) y al modelo impuesto de *teocracia mercantil* (Pérez Orozco, 2014) que reduce toda relación social a una relación empresarial. Estas perspectivas han planteado la necesidad de revisar la posición que ocupan los principios mercantiles y desplazar el epicentro de nuestros imaginarios del mercado y la empresa al bien común, el bienestar social y la sostenibilidad de la vida (Artiaga Leiras, 2015; Pérez Orozco, 2014). Estos planteamientos insisten en la necesidad de reemplazar la ética de la *empreabilidad* por una ética complementaria de la justicia (reconocimiento del derecho a la dignidad) y del cuidado (reconocimiento de un sujeto singular vulnerable) (Fascioli, 2010). A analizar los procesos de disciplinamiento de las mujeres por parte de la literatura gerencial o *managerial* dirigida a facilitar la incorporación de las mujeres a una ética del emprendimiento y la resignificación y reapropiación subversiva que se opera de algunos de los valores centrales del feminismo se dirige el quinto artículo de María Medina Vicent.

Esta amplia polisemia es resultado de procesos de recontextualización (Fairclough, 2000; Costa y Saraiva, 2012) al ser expresión de la eficacia simbólica de este referencial y de la colonización semántica operada en nuestros imaginarios (Bröckling, 2016). Estos cuatro ejes (estilo narrativo: épica romántica del emprendedor, su naturaleza interdiscursiva con respecto al referencial del empleo asalariado, la metáfora de la empresa como epicentro semántico y su carácter de metaconcepto, promotor de una gran polisemia) que articulan la retórica del emprendimiento y las seis acepciones que lo caracterizan van a ser discutidos y explorados, de forma minuciosa, en los diversos artículos que componen este monográfico.

## Estructura del monográfico

En este monográfico se ha priorizado una perspectiva que ponga el énfasis en identificar y analizar, por un lado, la polisemia en la que se mueve esta noción, y, por otro, las principales tecnologías de gobierno con las que se objetiva y vehicula la narrativa del emprendimiento (libros de autoayuda, políticas de empleo, programas de intervención terapéutica, programas educativos, literatura académica y *managerial*, etc.) y conforman identidades y expectativas emprendedoras.

Un primer artículo de Manuel Almodóvar, que lleva por título “Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora”, explora y analiza la literatura económica que reflexiona acerca de la correlación, dada por supuesta, entre emprendimiento e innovación y desarrollo económico. Plantea la necesidad de diferenciar entre tipos de emprendimiento (por necesidad, por oportunidad; innovación/imitación) y fases de desarrollo económico de los países. En función de estas precisiones, el autor revela que no hay una correlación necesaria entre crecimiento económico y emprendimiento, sobre todo cuando no se trata de economías desarrolladas. Aunque el emprendimiento pueda favorecer el desarrollo económico de algunas sociedades, su eficacia depende de una multiplicidad de factores. Más que el fruto de personalidades heroicas, el autor destaca el importante papel que juega, en estas economías, la existencia de políticas de I+D. Cuestiona, tras una revisión de la literatura, que la innovación sea necesaria para el crecimiento económico. Más que una discusión orientada hacia la promoción de valores o actitudes, el autor concluye planteando la importancia de diferenciar tipos de emprendimiento según el entorno institucional (productivo, improductivo, destructivo) y las oportunidades del mercado (local o sistémico). Por tanto, destaca la necesidad de identificar clasificaciones no basadas en la motivación como criterio delimitador del éxito emprendedor, sino en criterios alternativos como la presencia institucional, las oportunidades del mercado o la cooperación social.

Un segundo artículo reflexiona acerca de la retórica del emprendimiento en el seno de las políticas públicas, promovidas tanto a nivel europeo como nacional. El trabajo de Laureano Martínez y Patricia Amigot, que lleva por título “Tensiones entre el emprendimiento y el trabajo autónomo en las políticas europeas de empleo: del “trabajo como empleo” al “trabajo sobre sí””, explora el significado del emprendimiento tal y como se propone por parte de las instituciones europeas para luchar contra el desempleo, y su solapamiento semántico con la promoción del empleo autónomo. Los autores describen el deslizamiento semántico operado por la noción de emprendimiento. La concepción schumpeteriana, que haría del emprendedor un agente económico singular, promotor de desarrollo industrial y crecimiento económico, es sustituida por la concepción actual, vehiculada en gran medida por las políticas activas de empleo, que hace de esta noción portadora de un cambio cultural: la promoción de nuevas subjetividades laborales desahuciadas de las propias de la sociedad asalariada (el sujeto gestor de sí mismo como si de una empresa se tratara). Plantea un nuevo pacto social que reclama al desempleado que asuma las riendas de la propia vida, que ponga en valor su capital emocional y personal para su inserción social. Esta concepción explica que se haga de la subjetividad el principal objeto de intervención por parte de las políticas públicas. Los autores discuten las bases problemáticas de estos planteamientos reduccionistas que caracterizan a las políticas públicas de lucha contra el desempleo: ni crean necesariamente, ni prioritariamente,

entornos propicios para el empleo (debido a varias razones, como la potencial contradicción entre objetivos e instrumentos movilizados por parte de las políticas de activación para conseguirlos; la discutible capacidad de promover puestos de trabajo; y la precarización del trabajo tras la individualización y la deconstrucción del derecho del trabajo), ni se trata de una cuestión actitudinal (creciente autorresponsabilización y psicologización en los modos de gestión de lo social -el trabajo sobre uno mismo-). De este modo, las políticas basadas en el emprendimiento estarían promoviendo tanto una orientación de los trabajadores hacia formulas contractuales mercantilizadas (autoempleo), como la domesticación mercantil de nuevas subjetividades.

Un tercer modo de entender el emprendimiento, que hace de este una nueva ética social, es analizado por el artículo de Roberto Rodríguez López y Efrén Borges Gómez, que lleva por título “El perfil del emprendedor. Construcción cultural de la subjetividad laboral postfordista”. En este caso, el emprendimiento se convierte en una prescripción moral: la producción mercantilizada de la propia vida, el gobierno empresarial del propio yo. Los autores acometen el análisis de los ejes que articulan este modelo emprendedor a partir del estudio de otro de los espacios de difusión de esta ideología: los libros de autoayuda. La intensificación de la cultura terapéutica y la presencia de la psicología positiva convierten a la demanda de libertad, autonomía y emancipación en un importante territorio de sujeción política. Esta nueva ética se convierte en un espacio de interpelación política, de rendición de cuentas y de producción de nuevas subjetividades y, con este, de rearticulación del modelo referencial de ciudadanía: el sujeto autorresponsable y adaptable. En este proceso disciplinario, la psicología (o, más bien, un tipo de psicología) ha encontrado un espacio favorable para su extensión como discurso legitimatorio, lo que explica el éxito de la literatura de autoayuda. Los autores identifican siete ejes en torno a los cuales se articula dicha ética del emprendimiento, que interpela a todo individuo en un contexto de crisis del modelo salarial fordista: singularidad; proactividad; resiliencia; autorresponsabilización; autodisciplinamiento; libertad; comunicación, y marketing del yo. El artículo reflexiona acerca de los ejes que articulan la legitimación ideológica que sustenta este discurso del emprendimiento, y su contribución a la despoltización y naturalización de las condiciones de precariedad y vulnerabilidad.

El eslogan del emprendimiento se orienta también hacia el mundo del trabajo y de su gestión. Su análisis no puede desligarse de la observación de las reformulaciones que se están operando en las reglas de juego del modelo económico y en la promoción de nuevos perfiles de emprendedores y asalariados (intraemprendedor o “empreado” –*entreployee*). El artículo de Antonio Santos Ortega y David Muñoz Rodríguez, que lleva por título “¿Qué es esa cosa llamada intraemprendedor? Gestión del trabajo en el capitalismo cognitivo y concepciones emprendedoras” analiza esta nueva categoría de trabajador, que asume los valores y referenciales del emprendedor, a pesar de su condición de empleado por cuenta ajena. Estos valores no serían sino la condensación de los modos de definir al “buen trabajador” que articulan los nuevos modelos de gestión organizacional, esto es, el empleado que participa en la empresa como si se tratara de la suya propia y que reclaman compromiso y adhesión moral a la empresa. Implica una intensificación de los nuevos modos de disciplinamiento del trabajo, que reclama la necesaria e inexorable responsabilidad del individuo en el desempeño de su propio trabajo y la asunción, complacida y complaciente, de los objetivos empresariales. A partir de un material diverso formado por literatura académica y gerencial (revistas académicas del área de economía y empresa, artícu-

los de gestión y noticias de prensa), los autores identifican críticamente las bases que articulan este arquetipo del emprendedor. La nueva empresa en red, post-burocrática, adhocrática ha hecho del intraemprendizaje una forma de movilización de sus trabajadores, planteando paradójicos desafíos en un escenario de mercados omnipresentes y a la vez sometidos a una enorme volatilidad. El artículo reflexiona acerca de la popularidad y omnipresencia de este prototipo de trabajador en un contexto de cambios sociolaborales profundos, que no requiere necesariamente, como se plantea en los artículos anteriores, habitar espacios de alteridad con respecto al trabajo asalariado. Este referencial reclama la reformulación profunda del *ethos* del trabajo en el seno mismo de la condición asalariada.

El referencial del emprendimiento ha sido también usado como principio con el que combatir las desigualdades sociales. Tal es el caso de las numerosas intervenciones que, bajo el paraguas del emprendimiento de mujeres, tratan de promover nuevas subjetividades femeninas, algunas amparándose en un difuso proyecto de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. La literatura *managerial* dirigida al público femenino, a fin de promover la presencia de mujeres en posiciones directivas y gestoras, participan en esta promoción de subjetividades emprendedoras. María Medina-Vicent en su artículo, “Mujeres y emprendimiento a través de Lean In: una perspectiva crítica”, se centra en la literatura gerencial dirigida a mujeres, y, más particularmente, el bestseller *Lean In* de Sheryl Sandberg. La autora plantea cómo algunos de los valores y principios clave del feminismo podrían estar siendo reapropiados cínicamente por el neoliberalismo emprendedor, despolitizando y neutralizando su carácter crítico. Se contribuye así a la extensión de esta lógica política dirigida a la individualización de las responsabilidades sociales y a la despolitización de las relaciones políticas y sociales entre hombres y mujeres. La autora analiza los valores que articulan las propuestas de subjetividad emprendedora dirigida a las mujeres: la invisibilización de la posición particular de las mujeres frente al mercado de trabajo, la superación de actitudes supuestamente propias de subjetividades femeninas (pasividad, docilidad) y la promoción de valores asociados a modelos masculinos (como el coraje, la ambición, o la autogestión de la dicotomía entre el espacio familiar y el profesional), contribuyendo a la despolitización de las mujeres como agentes políticos del feminismo y a la psicologización e individualización de los problemas sociales. La autora destaca la disolución que este tipo de literatura opera del sujeto político del feminismo, y la despolitización y autorresponsabilización que induce en las miradas y orientaciones frente a la desigualdad de género, que corre pareja con la domesticación y desmovilización social.

Más allá de los diversos significados que la noción de emprendimiento pueda adoptar según el principio con el que se legitima su extensión (lucha contra el desempleo y la exclusión; igualdad de género; autoayuda; promoción de valores organizacionales; búsqueda de propuestas sociales alternativas), los autores que participan en el monográfico se han centrado en distintas tecnologías de promoción del emprendimiento: políticas públicas; estadísticas; literatura *managerial*; libros de autoayuda; programas de educación; marketing y cursos de promoción del emprendimiento. Este amplio abanico de tecnologías disciplinarias que se han desplegado en un contexto de promoción de subjetividades emprendedoras permite explicar la eficacia simbólica de este referencial en los modos de pensarnos como sociedad en el momento actual. A pesar de este consenso unánime hacia el emprendimiento, los artículos que participan en este monográfico han cuestionado desde pers-

pectivas muy distintas (sociología, economía, psicología social, antropología) gran número de asunciones en las que se fundamenta este referencial: la relación entre emprendimiento y crecimiento económico; la relación causal que se establece entre orientaciones subjetivas y prácticas emprendedoras; la conexión que se plantea entre emprendimiento y empoderamiento; el vínculo que hace del emprendimiento una estrategia adecuada para luchar contra la desigualdad de género; la representación dominante que hace del emprendimiento una cuestión vinculada a las actitudes y mentalidades individuales; los criterios con los que se mide (y evalúa) el éxito emprendedor. En este sentido, estos autores insisten en la necesidad de revisar los principios y axiomas en los que se basa este referencial, y la necesidad de visibilizar la contribución de diversas tecnologías disciplinarias en la reformulación de nuestros imaginarios sociales.

Por ello, la cuestión del emprendimiento, tal y como se está formulando en el momento contemporáneo, va más allá de una mera política de promoción del empleo o de respuesta a la crisis del empleo. Constituye, sobre todo, un epifenómeno que expresa procesos de intensificación de las tecnologías de sujeción y disciplinamiento. Induce una reformulación (y reducción a un marco exclusivamente empresarial) de lo pensable y lo decible respecto al empleo y al vínculo social. Implica una mutación desde un marco colectivista con el que nos hemos pensado e imaginado como sociedad a un referencial psicologicista mercantilizador, que convierte a la empresa en metáfora directriz de regulación de la subjetividad. La noción de emprendimiento es, por tanto, expresión de la crisis de una gramática social, de una crisis de las categorías que nos han permitido pensar y problematizar la vulnerabilidad en términos de injusticia. Participa en un proyecto de ingeniería política que reorienta la perspectiva bajo la que abordamos los crecientes desafíos ante los que nos enfrentamos (exclusión, desigualdad, vulnerabilidad, etc.). Los problemas sociales dejan de actuar como espacios de interrogación política, esto es, aporías a partir de las cuales las sociedades se cuestionan y reformulan, para pasar a ser territorios en donde el oráculo del mercado interpela a los sujetos y en donde los valores empresariales se conforman como criterios con los que los individuos rendimos cuentas. La apelación a la libertad se convierte en un espacio estratégico de sujeción. Al igual que el discurso de la activación y de la flexiguridad, tal y como argumentamos en trabajos anteriores (Crespo Suárez y Serrano Pascual, 2007; Fernández Rodríguez y Serrano Pascual, 2014; Serrano Pascual, Keune y Crespo Suárez, 2017), la retórica del emprendimiento presenta un carácter intensamente paradójico, no solo porque reduce las explicaciones sobre los problemas sociales de tipo estructural de un registro social a otro personal, sino también porque reformula los principios normativos de un orden social y moral en disputa. De este modo, se trata de una retórica que invoca a la libertad y autonomía, pero que, a un mismo tiempo, socava, paradójicamente, los recursos institucionales, políticos y conceptuales (protección social, derecho social, relaciones colectivas) que han permitido, justamente, el ejercicio efectivo de esta autonomía. Apela al empoderamiento y emancipación individual, pero, a un mismo tiempo, promueve la adaptación inapelable del trabajador y del ciudadano a las demandas y lógicas inexorables y autoritarias del mercado. El análisis del emprendimiento constituye, así, un espacio óptimo desde donde observar estos procesos de ingeniería política.

## Referencias bibliográficas:

- Alonso, Luis Enrique (2008). “The deconstruction of employment and the crisis of citizenship in Europe” Amparo Serrano-Pascual y Maria Jepsen (coord.) *The deconstruction of employment as a political question: employment as a floating signifier*. New York: Palgrave.
- Alonso Luis Enrique y Carlos Jesús Fernández Rodríguez (2011). “La innovación social y el nuevo discurso del *management*: limitaciones y alternativas”. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* 187 - 752 noviembre-diciembre: 1133-1145.
- Alonso, Luis Enrique y Carlos Jesús Fernández Rodríguez (2013). *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso Luis Enrique y Carlos Jesús Fernández Rodríguez (Eds.) (2012). *La financiarización de las relaciones salariales, Una perspectiva internacional*, Madrid, La Catarata.
- Alonso, Luis Enrique, Carlos Jesús Fernández Rodríguez y Rafael Ibañez Rojo (2016). “De la moral del sacrificio a la conciencia de la precariedad. Un análisis cualitativo de la evolución de los discursos sobre la crisis en España”. *Política y Sociedad*. 53(2): 353-381.
- Alonso, Luis Enrique y Carlos Jesús Fernández Rodríguez (2018). *Poder y sacrificio: los nuevos discursos de la empresa*. Madrid: Siglo XXI
- Ampudia de Haro, Fernando (2010). “El logro del éxito: la dimensión social de la literatura de autoayuda”. *Revista Española de Sociología*, 13: 11-30.
- Angenot, M (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires. Madrid: Siglo XXI.
- Artiaga Leiras, Alba (2015). Producción política de los cuidados y de la dependencia: políticas públicas y experiencias de organización social de los cuidados. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Bajtín, Mijaíl, (1986). *Problemas de la poética de Dostoievski*. México: F.C.E.
- Baylos, Antonio (2018). “The employment relationship, atypical forms of employment and protection standards in the European Union”. En Amparo Serrano-Pascual y Maria Jepsen (coord.) *The deconstruction of employment as a political question: employment as a floating signifier*. New York: Palgrave.
- Bernard, S. y M. Dressen (2015). Penser la porosité des statuts d’emploi, *La nouvelle revue du travail* (en línea) <http://nrt.revues.org/1830> [consulta el 20 de octubre de 2017].
- Briales, Álvaro (2017). “Emprendedores fracasados. Individualización neoliberal en los discursos sobre el emprendimiento”. *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*. 20: 79-104.
- Bröckling, Ulrich (2016). *The Entrepreneurial Self. Fabricating a New Type of Subject*. London: Sage.
- Brown, John S. y Paul Duguid (2002). “Local Knowledge: Innovation in the Networked Age”. *Management Learning*, 33 (4): 427-437.
- Bruni, Attila, Silvia Gherardi y Barbara Poggio, (2004). “Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices”. *Gender, Work and Organisation* 11(4): 411-429.
- Brown, Phillip, Anthony Hesketh, y Sara Williams, (2003). “Employability in a Knowledge-driven Economy”. *Journal of Education and Work*. 16(2): 107-126.
- Bureau, M-C., y A. Corsani (2014). “Du désir d’autonomie à l’indépendance”. *La nouvelle revue du travail* (en línea) <http://nrt.revues.org/1844> [consulta 20 de octubre de 2017].
- Byrne, Ch. (2017). “Neoliberalism as an object of political analysis: an ideology, a mode of regulation or a governmentality?”. *Policy and Politics* 45(3): 343-60.

- Cabrera, M.A. (2004). *Historia, lenguaje y teoría de la sociedad*. Madrid: Fronesis Cátedra.
- Caveng, R. (2014). “Institutionalisation et usages d’un salariat libéral” *La nouvelle revue du travail*. (en línea) <http://nrt.revues.org/1832>. [consulta el 20 de octubre de 2017].
- Célérier, Sylvie; Alberto Riesco Sanz, y Pierre Rolle (2017). “Trabajo autónomo y transformación del asalariado: las reformas española y francesa”. *Cuadernos de Relaciones Laborales*. 35(2): 393-414.
- Chang H.J. (2012). *23 cosas que no te cuentan sobre el capitalismo*. Barcelona: Debate.
- Costa, Alessandra de Sá Mello y Saravia, Luis Alex Silva (2012). “Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital” *Organisation*, 19(5): 587-614.
- Crespo Suárez, Eduardo y Amparo Serrano Pascual (2007). “Political production of individualised subjects in the paradoxical discourse of the EU institutions”. En Rik van Berkel and Ben Valkenburg (eds.), *Making it personal. Individualising activation services in the EU* (pp. 107-126). Bristol: Policy Press.
- Crespo Suárez, Eduardo y Amparo Serrano Pascual (2011). “Regulación del trabajo y el gobierno de la subjetividad: la psicologización política del trabajo”. En Anastasio Ovejero, A. y Javier Ramos (eds.) *Psicología Social Crítica* (pp. 246- 263). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Cruz, Manuel (2017). *El ojo de halcón*. Barcelona: ARPA.
- David, H. y D. Dorn, (2013). “The growth of low-skilled service jobs and the polarisation of the U.S.labour market”. *American Economic Review* 103(5): 1553-1597.
- de Heusch Sarah (2018). “The blurring of employment boundaries: A social economy perspective”. En Amparo Serrano-Pascual y Maria Jepsen (eds.) *The deconstruction of employment as a political question: employment as a floating signifier*. New York: Palgrave.
- Degrijse, C. (2016). “Digitalisation of the economy and its impact on the labour market” *Working Paper ETUI*.
- Dey, Pascal y Steyaert, Chris (2010). “The politics of narrating social entrepreneurship”. *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy*. 4 (1): 85-108.
- Drahokoupil, Jan y Brian Fabo (2018). “Outsourcing, offshoring and the deconstruction of employment: new and old challenges”. En Amparo Serrano-Pascual y Maria Jepsen (eds.) *The deconstruction of employment as a political question: employment as a floating signifier*. New York: Palgrave.
- Du Gay, Paul (2012). *En elogio de la burocracia: Weber, Organización, Ética*. Madrid: Siglo XXI.
- Fairclough, N. (2000). “Representaciones del cambio en el discurso neoliberal”. *Cuadernos de Relaciones Laborales*. 16: 13-35.
- Fascioli, A. (2010). “Ética del cuidado y ética de la justicia en la teoría moral de Carol Gilligan” *Revista ACTIO* (12): 41-57. (<http://www.actio.fhuce.edu.uy/Textos/12/Fascioli12.pdf>)
- Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2007). *El discurso del management: tiempo y narración*. Madrid: CIS.
- Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2013). “The Learning Environment and the Politics of Globalization – Consultants and business schools between destandardization and rhetoric”. En M. Martínez Lucio (ed.), *International Human Resource Management: an Employment Relations Perspective*. (pp. 181-200). Londres, Sage.
- Fernández Rodríguez, Carlos Jesús, y Maria Medina-Vicent, (2017). “Los nuevos discursos

- del management: difusión, impactos y resistencias”. *Recerca: revista de pensament i anàlisi*, 20: 7-14.
- Fernández Rodríguez, Carlos y Amparo Serrano Pascual (2014). *El paradigma de la flexiguridad en las políticas de empleo españolas: un análisis cualitativo*. Madrid: CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas
- Fligstein, Neil (2001). “Le mythe du marché ». *Actes de la recherche en sciences sociales*. 2001/4 139: 3-12.
- Gurrutxaga, Ander y Auxkin Galarraga (2017). *Fábricas del futuro: conocimiento social y tecnología*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Holborrow, Marnie (2015). *Language and neoliberalism (Language, Society and Political Economy)*. New York: Routledge.
- Huws, Ursula (2013). “Working online, living offline: Labour in the Internet age”. *Work, Organization and Globalisation*, 7 (1): 1-11.
- Keune, Maarten y Amparo Serrano Pascual (eds.) (2014). *Deconstructing Flexicurity and Developing Alternative Approaches: Towards New Concepts and Approaches for Employment and Social Policy*. Londres: Routledge.
- Korsgaard, S. (2007). “Momprenueuship as a challenge to the growth ideology of entrepreneurship”. *Kontur* 16: 42-45.
- Lahera Sánchez, Arturo (2004). *La participación de los trabajadores en la democracia industrial*. Madrid: Catarata.
- Laval, C. y Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo*. Barcelona: Gedisa.
- Lizcano, Emanuel (2009). “Narraciones de la crisis. Viejos fetiches con caras nuevas” *Archi-pielago* 83(84): 33-44.
- Martínez Sordoni, Laureano (2016). *El discurso europeo sobre el emprendimiento. Políticas públicas, trabajo y subjetividad en el marco de la gobernanza económica europea*. Universidad de Navarra.
- Martuccelli, Danilo (2017). “Semánticas históricas de la vulnerabilidad” *Revista de Estudios Sociales*. 59: 1-11.
- Mazzucato, Mariana (2013). *The entrepreneurial state”, Debunking Public vs. Private Sector Myths*. Londres: The Open University.
- Menoux, T. (2014). “Indépendants subordonnés ou salariés autonomes ?”. *La nouvelle revue du travail* (en línea), <http://nrt.revues.org/1915> [consulta 20 de octubre del 2017].
- Nicourt, C.y J. Cabaret (2014). “Ni patrons ni ouvriers : le cas des éleveurs intégrés ». *La nouvelle revue du travail*. (en línea), <http://nrt.revues.org/1854> [consulta 20 de octubre de 2017].
- Nightingale, P. y A. Coad, (2013). “Muppets and gazelles: Political and methodological biases in entrepreneurship research”. *Industrial and Corporate Change*, 23(1): 113-143.
- Ogbor, J. O. (2000). “Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse Ideology. Critique of Entrepreneurial Studies” *Journal of Management Studies*, 37(5): 605-35.
- Pereira, I. (2010). “Du salariat à l’auto-entrepreneuriat: vers plus de liberté ou vers plus d’exploitation?”, *Sud Culture Lorient* ([http://sud-culture.org/expressions/IMG/pdf\\_Auto-entrepreneur.pdf](http://sud-culture.org/expressions/IMG/pdf_Auto-entrepreneur.pdf)).
- Pérez Orozco, A. (2014). *Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Pérez Zapata, O. (2015). *Trabajo sin límites, salud insostenible: la intensificación del trabajo del conocimiento*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Peters, Michael (2001). “Education, Enterprise Culture and the Entrepreneurial Self: A Foucauldian Perspective”, *Journal of Educational Enquiry*, 2(2): 58- 71.
- Prieto, Carlos (2014). “From flexicurity to social employment regimes”. En Maarten Keune

- y Amparo Serrano Pascual (eds.) *Deconstructing flexicurity and Developing Alternative Approaches* (pp. 47-68). New York: Routledge.
- Riesco, Alberto (2018). "Self-employment and the transformation of employment relationship in Europe". En Amparo Serrano-Pascual y Maria Jepsen (coord.) *The deconstruction of employment as a political question: employment as a floating signifier*. New York: Palgrave.
- Rose, N. (2007). "¿La muerte de lo social? Reconfiguración del territorio de gobierno". *Revista Argentina de Sociología*, 5(8): 111-150
- Santos Ortega, A. (2014). "La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor", *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 29: 29-43.
- Salais, Robert, Nicolas Baveret y Bénédicte Reynaud (1990). *La Invención del paro en Francia : historia y transformaciones desde 1890 hasta 1980*. Madrid: Centro de Publicaciones, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Serrano Pascual, Amparo (2016). "Colonización política de los imaginarios del trabajo: la invención paradójica del emprendedor". En Enrique Gil Calvo (coord.) *Sociólogos contra el economicismo*. Madrid: Catarata.
- Serrano Pascual, Amparo y Martín Martín, Paz (2017). "From employability to entrepreneuriality. Youth in the spotlight in times of crisis" *Journal of Youth Studies* 1(4): 798-821.
- Serrano Pascual, Amparo, Maarten Keune y Eduardo Crespo Suárez (2017). "The paradoxical ways of naming employment by European institutions during the crisis: The weakening of collective frames" *Stato e mercato*, 110 (2): 223-246
- Serrano Pascual, Amparo, Carlos Fernández Rodríguez y Artiaga Leiras, Alba (2012). "Ingenierías de la subjetividad: el caso de la orientación para el empleo". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 138: 41-62.
- Serrano Pascual, Amparo, Carlos Fernández Rodríguez y Alba Artiaga Leiras (2014). "La reforma laboral del 2012. A golpe de metáforas". En Carlos Fernández Rodríguez y Amparo Serrano Pascual *El paradigma de la flexiguridad en las políticas de empleo españolas: un análisis cualitativo*. Madrid: CIS.
- Urraco, Mariano et al. (2017). *Mundos Z. Sociologías del género zombi*. Madrid: La Catarata.
- Valenduc, Gerard (2018). "New forms of work and employment in the digital economy". En Amparo Serrano Pascual, y Maria Jepsen (eds.) *The deconstruction of employment as a political question: employment as a floating signifier*. New York: Palgrave.
- Voloshinov, V. (1992). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza.
- Williams, R. (1983). *Keywords. A vocabulary of culture and society*. New York: Oxford University Press.