

EL AUTOEMPLEADO NO EXISTE¹: una cartografía ideológica de la hegemonía conceptual

Raúl Rosales León

Resumen

El discurso emprendedor ha legitimado la creencia en el mundo laboral que el autoempleo es la mejor forma de lograr el éxito económico en el proceso de globalización. Desde la teoría de los Estudios Culturales se analizará las coordenadas ideológicas que estructura el discurso emprendedor que produce efectos de verdad en el mercado, el imaginario social y el Estado peruano. Un Estado capturado por la hegemonía conceptual del capitalismo cultural.

Palabras Claves: autoempleado, emprendedor, ideología, sociedad y lenguaje.

Abstract

Entrepreneurial discourse has legitimized the belief in the workplace that self-employment is the best way to achieve economic success in the process of globalization. From the theory of Cultural Studies will analyze the ideological coordinates that structure the entrepreneur discourse that produce the real effects in the market, the social imaginary and the State of Peru. A State captured by the conceptual hegemony of cultural capitalism.

Key Words: self-employed, entrepreneur, ideology, society and language.

¹ Ponencia presentada en el evento titulado “El Regreso del Síntoma: Estudios Culturales, Dislocación y Poder”. (14 de diciembre 2011) organizado por la Escuela Académica Profesional de Antropología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El enfoque teórico fue elaborado en el curso de Postmarxismo (2010) dictado por Víctor Vich en la Maestría de Estudios Culturales de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Agradezco los comentarios de Guillermo Pérez, Bettina Valdez y Ansuñet Olvea.

Un fantasma recorre Europa, decía el *Manifiesto del Partido Comunista* de Marx y Engels, en una época en la que se veía a la empresa como explotadora y generadora de desigualdad. Pero hoy mucha agua ha recorrido bajo el puente y millones como María empiezan a comprender que la empresa es, más bien, una forma de liberación creando igualdad y riqueza para uno mismo, pero sobre todo para los otros.

La Historia de María. NANO GUERRA-GARCÍA

Introducción

En varias ocasiones, reflexionando sobre los trabajadores autoempleados desde el enfoque sindical, me he encontrado en un callejón sin salida subjetivo. Este sujeto laboral es la base estructural de la ideología liberal, es decir, un individuo que trabaja por cuenta propia en el libre mercado. Bajo esta lógica, últimamente se ha naturalizado la existencia del “emprendedor” que reproduce el sueño capitalista de la empresa propia. No resulta casual que esta nueva identidad empresarial alcance su mayor auge discursivo en el Perú cuando las cifras macroeconómicas marcan en color azul, legitimando el modelo económico neoliberal.

El presente ensayo tiene como objetivo dismantelar el discurso emprendedor desde la perspectiva teórica posmarxista en la lógica de los Estudios Culturales. La función ideológica del mencionado discurso se basa en oscurecer la importancia del lazo social para fortalecer sustancialmente la ética del yo emprendedor. Una ética que produce un sujeto social quien solo puede ser leal consigo mismo para trabajar en el proceso de la globalización. El objeto de crítica cultural es el texto *La Historia de María* (2009), cuyo autor es el emprendedor Hernando Guerra-García. El texto me servirá para deconstruir y cuestionar el mandato “trabaje para usted mismo” y, a la vez, afirmar categóricamente que el autoempleado no existe para visualizar coordenadas que logren ir más allá del callejón sin salida conceptual hegemónico: emprendedor, trabajador independiente e informal (del capitalismo popular).

Las ideas expuestas solo deben considerarse como una introducción a una discusión ideológica y programática sobre la realidad política y social del sector de trabajadores autoempleados. Una discusión ausente por la hegemonía conceptual de los estudios técnicos que, basándose en el discurso de la neutralidad científica, solo prioriza los datos cuantitativos estadísticos sobre los trabajadores independientes en condiciones de informalidad. En este sentido, la ideología debe ser parte del debate para ampliar el horizonte analítico y propositivo de políticas públicas orientadas a incluir socialmente a millones de trabajadores en el país.

1. Lenguaje, poder y sociedad

¿Por qué elegir como objeto de estudio un libro para analizar el campo social e ideológico de los trabajadores autoempleados? La respuesta tiene como fundamento las relaciones de poder que existen entre la lengua y la sociedad. La lengua no es solo un transparente y neutral vehículo de comunicación que sirve para intercambiar información entre interlocutores o personas, sino que también es funcional para legitimar, mantener y reproducir las jerarquías sociales. Según Víctor Vich y Virginia Zavala²:

La lengua es un sistema que refleja y determina las formas en que los grupos sociales piensan, se expresan y actúan (2004: 65).

Los autores señalan que el uso lingüístico constituye un instrumento para la construcción de la realidad y, por lo tanto, también sirve como herramienta que no solo reproduce relaciones de poder, sino que también refleja formas de resistencia contra la ideología dominante. Desde esta perspectiva, los usuarios de la lengua, es decir, los interlocutores se comprometen como miembros de instituciones o grupos sociales. Lo cual confirma que no existe la neutralidad pura en el lenguaje porque este se encuentra atravesado por intereses sociales de clase, género, raza, entre otros. Parafraseando un conocido refrán: “hecha la ley (lenguaje), hecha la trampa”.

En este tema es interesante el aporte de Roland Barthes³, quien señala que el objeto en que se inscribe el poder desde toda la eternidad humana es el lenguaje. Lo cual quiere decir que en toda relación social (la familia, el barrio, escuela, la iglesia, trabajo, entre otros) los actores sociales se disputan la legitimidad de las palabras que se reivindican como razón o identidad ante los demás. Quien tiene la palabra tiene el poder porque los dominados callan: los olvidados y marginados de la sociedad.

En esta lógica elegí el objeto de estudio del presente ensayo porque no es ajeno a la relación lengua y sociedad. *La Historia de María* es un producto cultural que surge en un determinado contexto económico, político y social. Las ideas fuerza de Nano Guerra-García como “la verdadera lealtad es contigo mismo” y “trabaje para usted mismo” van de la mano con las ideas hegemónicas del capitalismo global. El texto solo reproduce la visión jerárquica de la sociedad en donde se prioriza el individualismo.

2. La verdadera lealtad es contigo mismo

La Historia de María es un texto de autoayuda por su carácter práctico y motivador para superar los problemas cotidianos del mundo laboral a través del paradigma

² VICH, Víctor y ZAVALA, Virginia. *Oralidad y poder. Herramientas metodológicas*. Grupo Editorial Norma. Bogotá, 2004.

³ BARTHES, Roland. *El Placer del Texto seguido por Lección Inaugural*. México Siglo XXI, México DF, 1978.

“emprendedor”. La protagonista de la historia representa el ejemplo justo y necesario para mostrar que todos podemos ser emprendedores y ser exitosos en el mundo de los negocios. María es una mujer mestiza que trabajó como empleada en una tienda del complejo comercial popular de Gamarra. Luego de que ella fuera despedida, se matriculó en el Centro de Entrenamiento Empresarial liderado por Nano Guerra-García, en donde se inicia una relación maestro y alumna.

En el epílogo del texto se encuentra un contundente axioma: “La verdadera lealtad es contigo mismo”. Esta fue la principal enseñanza que aprendió María para ser una mujer de éxito en el mundo emprendedor. Nano señala que el futuro se hace con el propio esfuerzo porque en una época de grandes cambios, ni el Estado, ni las grandes empresas, ni las organizaciones sociales pueden asegurar el futuro. El único camino que se encuentra es la ética del yo emprendedor que se encuentra sintetizado en el mensaje final del texto:

al margen de si tiene o no empleo por ahora, no nos cansaremos de repetir que no trabaje usted para otro, sino que trabaje para usted mismo... como María (2009: 140).

Lo singular del texto es la inclusión de un diario personal de la protagonista donde escribe sus experiencias emprendedoras y cotidianas. En el diario se visualiza el cambio de identidad laboral de María, quien de ser una simple empleada llega a ser una emprendedora de éxito. Un título alternativo de la obra hubiera sido *La historia de una emprendedora* porque muestra un conjunto de axiomas que estructuran las coordenadas de la ética del yo emprendedor.

La Historia de María sirve para la construcción de la identidad del sujeto emprendedor. En el campo antropológico la identidad se estructura como resultado de la negación del Otro. Si somos peruanos es por negación de los chilenos, si somos de la etnia Shipibo es por negación a la etnia Cacataibo, y si somos proletariados es por negación a los burgueses. Es necesario mencionar que la identidad no es ajena a las relaciones de poder porque en el mismo momento que se construye la alteridad, se elabora una jerarquía social. Esto explica la superioridad de la identidad exitosa del emprendedor que se construye por negación al empleado, el cual tiene una desvaloración social. A continuación mostraré las identidades que estructura el discurso emprendedor.

3. Las tres identidades en los tiempos del emprendimiento

La primera identidad es el empleado, un sujeto que siempre trabaja para otro (Estado o empresas); que tiene miedo al cambio porque prefiere la tranquilidad de un salario fijo, así le paguen poco; no le gusta arriesgar; se encuentra inmerso en la cultura del lamento y la queja; no le gusta generar riqueza y bienestar; es conformista porque no emprende algo nuevo.

La imagen que calza perfectamente con la identidad del empleado es el sindicato que es asociado a la ineficiencia laboral. Nano cuestiona la existencia de los sindicatos porque carecen de una visión emprendedora. Por lo tanto, es un error la defensa de los derechos laborales pensando que el ingreso de los trabajadores sale del empresario. Los sindicatos deben tener en cuenta que el dinero sale de los clientes. La fórmula que plantea Nano es mientras más sindicalizados se encuentren los empleados, más trabajo seguro, menos eficiencia, más costos laborales y, por ende, se garantiza el maltrato al cliente.

La segunda identidad: el empleable, un sujeto que se preocupa por sí mismo y su futuro en el mundo laboral. El autor describe a este sujeto como preocupado en estudiar maestrías, idiomas y marketing personal para tener éxito. Esta lógica es analizada por Gonzalo Portocarrero⁴, quien señala que mencionado sujeto se encuentra dentro de los parámetros del discurso elitista:

El hombre de éxito, en cambio, no asume ningún deber para los demás, existe como individuo responsable solo de sí mismo” (2000:24).

Este discurso se legitima en el Perú a inicios de la década de los noventa cuando comenzaba la hegemonía del modelo neoliberal, luego de la caída del Muro de Berlín. La imagen del hombre de éxito visualiza un mundo integrado por individuos que compiten entre sí, en donde el lazo social se fragmenta y se naturaliza la indiferencia. Por este motivo el empleable y el emprendedor se ubican dentro del discurso del éxito, pero con matices bien definidos: si bien el empleable puede obtener buenos puestos laborales en la más prestigiosa empresa, tiene como límite que no es el dueño. Ante esta divisoria surge la identidad del emprendedor, un sujeto que busca el éxito a través de la empresa propia.

La tercera identidad: el emprendedor, un sujeto con iniciativa porque no espera de otros para hacer cosas, sino de sí mismo para generar riqueza. La empresa no debe ser visualizada como una entidad explotadora de los hombres, es decir, una visión negativa. La mentalidad emprendedora reformula mencionada imagen de forma positiva: liberarse, progresar y trascender creando bienestar para uno mismo. En el campo político, Nano señala que la riqueza no la genera el Estado sino los emprendedores de todos los tamaños (micro y pequeños empresarios) que son los motores de la sociedad.

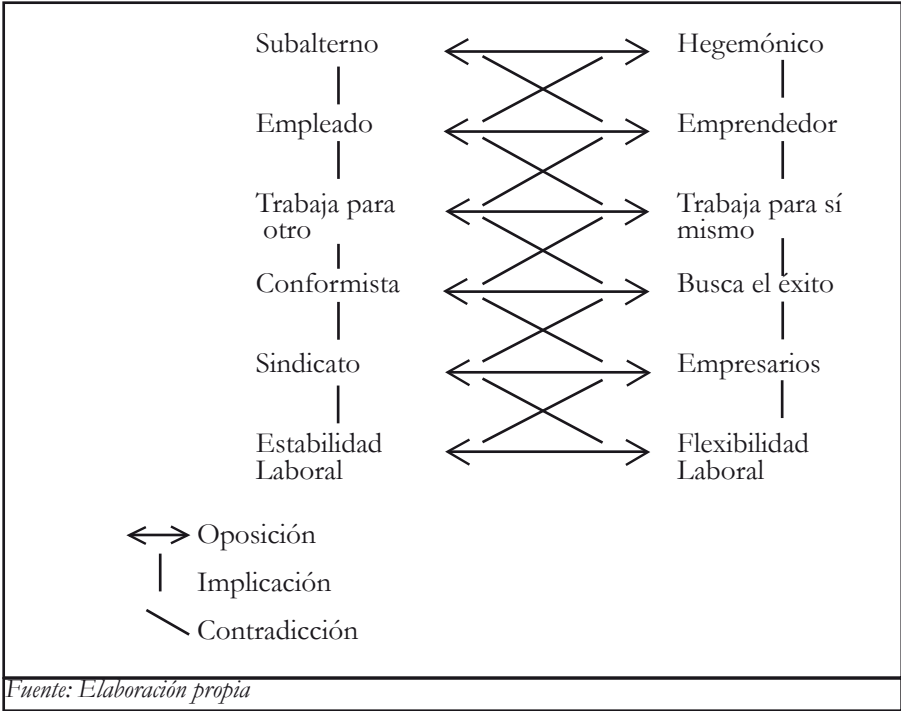
Es necesario tener en cuenta el contexto económico y político de donde emerge el discurso emprendedor. Tiene como referente histórico la reestructuración del capitalismo mundial en la década de los setentas que David Harvey⁵ denominó “la acumulación flexible” que consistió en la flexibilidad de los procesos laborales,

⁴ PORTOCARRERO, Gonzalo. “Nuevos modelos de identidad en la sociedad peruana (hacia una cartografía de los sentidos comunes emergentes)”, En *Modelos de identidad y sentidos de pertenencia en Perú y Bolivia*. Instituto de Estudios Peruanos. Lima, 2001.

⁵ HARVEY, David. *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultura*. Amorrortu editores. Buenos Aires, 1998.

declinando las industrias manufactureras y prosperando el sector de servicios. Esta tendencia logró su apogeo con la hegemonía del neoliberalismo en la década de los noventas luego de la caída del Muro de Berlín, reflejándose en el Perú a través de un conjunto de cambios macroeconómicos, la liberalización del mercado y la reforma del Estado. Mediante un conjunto de reglas, el consenso de Washington institucionalizó el aparato tecnócrata del fujimorismo para aplicar reformas que buscaron obtener una mayor eficiencia y competitividad de la economía peruana para entrar en el juego del libre mercado globalizado. El sector sindical fue el mayor obstáculo de la reforma neoliberal porque se opuso a la flexibilización laboral y las políticas de ajuste económico. En cambio, la otra cara de la moneda fueron los empresarios que se adaptan al libre mercado con flexibilidad laboral para el beneficio de sus negocios sin costos laborales. El siguiente esquema sintetiza la construcción de la identidad emprendedora:

Esquema 1
Cuadro semiótico sobre la identidad del emprendedor



La columna de la izquierda muestra la articulación de implicaciones que caracterizan la identidad subalterna del empleado. Al lado derecho se elabora por oposición las implicaciones que estructuran la identidad hegemónica del emprendedor. El empleado demuestra ser conformista por trabajar para otro, frente a la ambición del emprendedor que busca el éxito por su cuenta. El conformismo se encuentra

implicado con el mundo sindical que defienden los derechos de la estabilidad laboral. En cambio, la búsqueda del éxito se implica con el mundo empresarial que defienden la flexibilidad laboral para adaptar los negocios a la competencia de la globalización.

4. Tu jefe no es tu jefe: es el Otro

La ética del yo emprendedor, “solo trabaja para sí mismo”, tiene sus contradicciones en *La Historia de María*. Una de las enseñanzas del texto que me sirve para refutar la ética en cuestión es el axioma “tu jefe no es tu jefe”. María pensaba ingenuamente que su jefe era el dueño de la empresa, pero Nano demostró que era falso porque el verdadero jefe de la empresa es el cliente. El cliente es el amo de la empresa. Según Nano, la meta de la empresa no es ganar dinero, sino el producir clientes porque el día que los clientes no existan las empresas entrarán en crisis. De acuerdo a esta lógica el jefe del trabajador autoempleado no es él mismo, como generalmente se cree, sino que es el cliente. En síntesis, si bien tu jefe no es tu jefe, siempre hay un Otro que sí lo es.

Más allá de que el jefe sea el cliente o no, lo que quiero rescatar del axioma analizado es la estructura del lazo social: el *Yo* que trabaja para el *Otro*, el *Yo* que satisface las necesidades del *Otro*, el *Yo* que brinda los mejores servicios para el *Otro*, el *Yo* que ofrece un buen trato al *Otro*. Esta estructura entre el *Yo* y el *Otro* es posible gracias al lazo social que articula una relación de multidependencia. Pero esta es oscurecida por la ética del yo emprendedor porque asume el mandato hegemónico “trabaja para ti mismo”, la cual se contradice porque es necesario del lazo social para que exista una relación entre el Yo-emprendedor y el Otro-cliente. Sin lazo social no existe relación económica.

En el sector de trabajadores autoempleados tenemos el caso de los cómicos ambulantes, quienes necesitan del lazo social para generar ingresos económicos. Los cómicos han desarrollado un tipo de actuación callejera que, según Víctor Vich⁶ podría llamarse una “economía del humor”, es decir, el intercambio de un conjunto de representaciones irónicas de la sociedad por dinero en efectivo de los espectadores. El Yo (cómico ambulante) necesita del Otro (espectador) para realizar su trabajo en las plazas, mercados, parques de barrio, entre otros.

La categoría “objetividad de la creencia” desmiente el cinismo de la ética del yo emprendedor. Según Slavoj Žižek⁷ la creencia no es algo interior (mundo de las ideas), sino es radicalmente exterior, es decir, la creencia se articula en la práctica social de las personas. El autor señala que la creencia tiene un estatuto objetivo que se comprueba en la práctica exterior. Un ejemplo que se me ocurre son los católicos no practicantes, que son en teoría personas que creen en Dios, pero objetivamente son ateos: piense lo que piense el católico no practicante, objetivamente vive un mundo

⁶ VICH, Víctor. El discurso de la calle. Los cómicos ambulantes y las tensiones de la modernidad en el Perú. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales. Lima, 2001.

⁷ ŽIZEK, Slavoj ¿Cómo inventó Marx el síntoma? En Slavoj Žižek (compilador) *Ideología. Un mapa de la cuestión*. Fondo de Cultura Económica. Segunda Edición en Español. Buenos Aires, 2008.

sin rituales, sin mandamientos ni prácticas religiosas católicas. Lo mismo sucede con los ateos no practicantes, que son en teoría personas que no creen en Dios, pero en la práctica son los primeros en participar de todos los rituales católicos (Navidad, matrimonios, bautizos, primeras comuniones, misas de entierro, entre otros). Piense lo que piense este tipo de ateo, objetivamente en la práctica es un buen católico.

Ahora aplicamos la “objetividad de la creencia” en la ética del yo emprendedor que contradice su creencia (trabaje para usted mismo) en la práctica social. Piense lo que piense el emprendedor, objetivamente en la realidad, este se engaña porque siempre trabaja para Otro. En la práctica social el Yo emprendedor debe objetivamente trabajar para otros, así piense que trabaja para sí mismo. El amo del emprendedor es el Otro-cliente. En consecuencia, la propuesta de Nano queda refutada porque si un emprendedor trabaja para sí mismo, entonces se olvida del Otro-cliente, lo cual asegura su bancarrota económica.

En el texto se resalta la importancia del individualismo en el mundo de los negocios, pero Nano falla en el intento de anular o reprimir el lazo social porque la protagonista del texto, María, objetivamente nunca trabajó para ella misma, sino que siempre trabajó para Otros. El lazo social de María se objetiviza cuando ella trabajó para cuidar a su pequeño hijo de dos años y apoyó económicamente a su madre, que era lavandera; en el momento que ella trabajó para su jefe, el señor X, y sus clientes en Gamarra. Y sobre todo cuando ella trabajó junto con su esposo, el expolicía emprendedor, para formar un negocio familiar denominado *Isabel* que fue exitoso.

Es necesario señalar que el *lazo social* que estableció María en el emporio comercial de Gamarra para formar su negocio se refleja en la investigación de Norma Adams y Néstor Valdivia⁸. En el estudio, los autores analizan el trasfondo cultural de los migrantes populares, quienes a través de redes sociales de parentesco y paisanaje, establecen vínculos que ayudan a consolidar a las empresas populares del sector emergente en el país. Según los investigadores:

Lo que nuestro estudio demuestra es que la existencia de vínculos familiares y de paisanos han posibilitado el logro de una mayor eficiencia, sobre todo en una primera etapa de la formación de una empresa. A través de estas redes el migrante no solo consigue información, capital y conocimiento de mercados sino que se obtiene importantes ahorros de costo en el proceso productivo, facilitando a la vez un uso racional de los escasos recursos con los que cuenta (1994: 27-28).

La creencia del individuo moderno (emprendedor/a) que actúa solo en Gamarra para formar una empresa queda refutada porque siempre existe un tipo de vínculo social. Ludwing Huber⁹ analizó el mencionado conglomerado comercial para

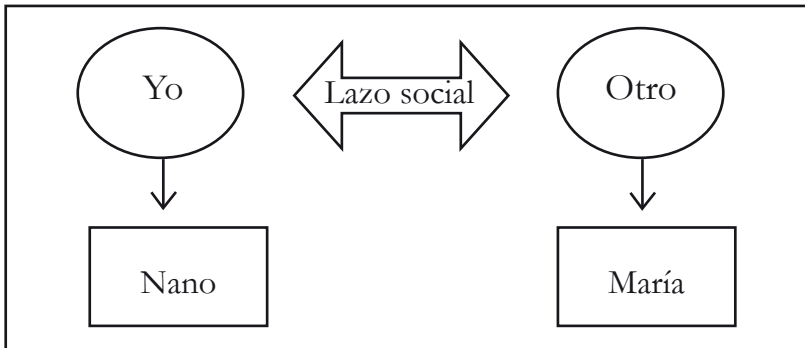
⁸ ADAMS, Norma y VALDIVIA, Néstor. *Los Otros Empresarios. Ética de migrantes y formación de empresas en Lima*. Instituto de Estudios Peruanos. 2 da Edición. Lima, 1994.

⁹ HUBER Ludwing. *Etnicidad y Economía en el Perú*. Documento de Trabajo N.º 83. Institutos de Estudios Peruanos. Lima, 1997.

visualiza la importancia del acervo cultural y las relaciones étnicas de los migrantes para superar las desventajas estructurales de la sociedad peruana. Según el autor, estos nuevos sujetos sociales son la expresión de un nuevo orden como parte de una nueva burguesía empresarial y del pluralismo cultural. En esta misma lógica, Jürgen Golte¹⁰, quien es uno de los pioneros en estudios sobre economía étnica, señaló que la migración hizo una reelaboración urbana de Lima a través de redes étnicas y redes sociales amplias que fueron estratégicas para formar espacios de vivienda, ubicación laboral y constitución de empresas populares.

La existencia de redes sociales y étnicas fueron fundamentales para la formación del emergente emporio comercial de Gamarra, espacio económico que coincide con *La Historia de María*. Un texto que también es el resultado del vínculo social ampliado entre Nano y María quienes mutuamente aprendieron de sus enseñanzas y experiencias en el mundo de los negocios. Sin lazo social, María jamás hubiese logrado tener conocimientos para tener éxito en los negocios y, a la misma vez, Nano no hubiese logrado escribir el libro con su propuesta emprendedora. Si bien la historia es de María, es Nano quien aparece en la carátula del texto.

Esquema 2
Lazo social entre Nano y María



5. La hegemonía del cliente

Una de las coordenadas del texto de Nano que me llamó la atención fue la idea de tratar bien al cliente. Considero que el problema de la propuesta emprendedora de Nano es que solo y exclusivamente se debe atender bien al cliente. ¿Y los que no son

¹⁰ GOLTE, Jürgen. “El desarrollo de las culturas andinas a partir de su inclusión al “sistema mundial moderno” y de la globalización. En Ramón Pajuelo y Pablo Sandoval (compiladores) *Globalización y diversidad cultural. Una mirada desde América Latina*. Instituto de Estudios Peruanos. Lima, 2004.

clientes? Actualmente en la cultura contemporánea existe otro mandato: “el cliente siempre tiene la razón”. El problema del mandato no consiste que si el cliente tiene o no tiene la razón, sino que es el único que lo tiene. Una especie de monopolio de la razón en la figura del amo-cliente de la globalización. De un cliente-amo de la empresa se pasa a un cliente-amo de la sociedad. En el Perú nos encontramos en el segundo caso: la hegemonía del cliente.

Últimamente somos testigos de la campaña publicitaria del Estado que tiene como lema: “Cuando tratas bien al turista, tratas bien al Perú”, con el objetivo de sensibilizar a la población sobre los beneficios del turismo en el desarrollo social y económico del país. La interpretación de fondo es que en el Perú se debe tratar bien al cliente porque tiene la razón y el capital para invertir en la industria turística. La campaña tuvo efectos de verdad, el Mincetur (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) condecoró a un humilde taxista¹¹ debido a su comportamiento ejemplar, este devolvió dinero (€ 4.350) a un turista italiano que se había olvidado su billetera en el auto.

Sería genial si la mencionada práctica fuera sentido común entre los peruanos. Por este motivo pregunto ¿por qué el Estado peruano no hace campañas de sensibilización para tratar bien a los ciudadanos, los vecinos, las mujeres, las etnias que conforman la diversidad cultural del país? ¿Por qué el Poder Ejecutivo no aprueba la Ley para el Derecho de Consulta Previa de los Pueblos Indígenas u Originarios reconocido en el convenio 169 de la OIT? ¿Por qué solo tratar bien a los inversionistas-clientes? ¿Por qué se naturaliza en el maltrato entre peruanos a través del racismo, la exclusión social, el machismo, la homofobia, entre otros?

La naturalización del maltrato no es ajena a la realidad de los trabajadores autoempleados quienes son constantemente violentados física y psicológicamente por el personal de serenazgo. Estos desalojan y decomisan las mercaderías de los vendedores ambulantes, quienes son maltratados porque trabajan en las calles para lograr sobrevivir. En cambio, la otra cara de la moneda se visualiza cuando los miembros del serenazgo saben tratar bien a los turistas que se pasean por el Centro Histórico de Lima. Cotidianamente se naturaliza el paisaje de la brecha social: por una lado el buen trato hacia al capital y por otro lado el maltrato a los excluidos sociales.

6. El fetiche de la estadística laboral

Si bien desde el mundo laboral y sindical se ha tomado como sentido común la existencia del trabajador autoempleado, es a nivel de las instituciones del Estado en donde se legitima oficialmente este sector. Desde una perspectiva técnica basada en la neutralidad de las estadísticas, los autoempleados son denominados como trabajadores independientes¹² que están a su vez segmentados entre calificados (médicos,

¹¹ Ver: <http://elcomercio.pe/lima/675313/noticia-mincetur-condecoro-taxista-honrado-que-devolvio-mil-euros-turista-italiano>.

¹² Existen 5,4 millones de trabajadores independientes: 96,1 % son no calificados y el 3,9 % son calificados. Fuente: El Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo.

abogados, técnicos, electricistas, entre otros) y no calificados (cómicos ambulantes, taxistas, carpinteros, canillitas, lustrabotas, emolienteros, etc). A continuación mostraré cómo las instituciones del Estado legitiman la visión liberal de los trabajadores autoempleados.

- a) El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) señala que el trabajador independiente es aquella persona que trabaja en forma individual o asociada, explotando una empresa, negocio o profesión, y que no tiene trabajadores remunerados a su cargo¹³.
- b) El Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) a través de la Encuesta Nacional de Hogares mide el ingreso monetario de los trabajadores independientes partiendo del supuesto que ellos obtienen sus ingresos monetarios de trabajo por cuenta propia y los ingresos por autoconsumo y autosuministro¹⁴.
- c) La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) define a los trabajadores independientes como todos los profesionales y no profesionales que desarrollan individualmente cualquier profesión, oficio, arte o ciencia, y que son capaces de generar ingresos como consecuencia de la prestación de sus servicios¹⁵.

Como se puede apreciar, las características de los trabajadores independientes mencionadas por las instituciones estatales se asemejan a los emprendedores. Es decir, sujetos que no tienen trabajadores asalariados porque trabajan para sí mismos; obtienen sus ingresos del trabajo realizado por cuenta propia; y desarrollan individualmente cualquier profesión, oficio, arte o ciencia. Pero esta descripción liberal es desideologizada por medio del soporte de los estudios técnicos y las estadísticas. Un ejemplo es la categoría “Economía Informal” elaborada por la OIT, una institución mundial que mantiene una neutralidad técnica en las relaciones tripartitas entre los Estados, los empresarios y los trabajadores.

El concepto “Economía Informal” incluye a los trabajadores del sector informal y a las empresas del sector formal en donde existen trabajadores en condiciones de informalidad. Según José Luis Daza¹⁶, si bien las personas operan dentro del ámbito de la ley (empresas formales) con una serie de derechos laborales, estas no se aplican ni se cumplen. Entonces surgen las condiciones de empleo informal. En esta lógica, el economista Julio Gamero¹⁷ hace un detenido análisis conceptual sobre el

¹³ Ver: <http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=165&tip=130>

¹⁴ Ver: http://trabajadorindependiente.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid=96

¹⁵ Ver: http://trabajadorindependiente.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid=96

¹⁶ DAZA, José Luis. Economía informal, Trabajo no declarado y Administración del Trabajo. Documento N.º 9 OIT, Ginebra. 2005.

¹⁷ GAMERO, Julio. “De sector informal a empleo informal. Itinerario de un concepto

“sector informal” y el “empleo informal”. El autor asume la neutralidad de los estudios técnicos y estadísticos de la OIT en la *XV Conferencia Internacional de Estadística de Trabajo* (1993), la *5ª Reunión de Expertos de Estadísticas del Sector Informal* (2001) y el *Informe VI Trabajo Decente y Economía Informal* (2002). En el último informe se plantea el concepto “empleo informal” como el número total de puestos de trabajo informales que se encuentran en empresas formales e informales:

Comprende las actividades de los trabajadores independientes y de los empleadores de las empresas informales, las actividades de todos los trabajadores familiares auxiliares (ya trabajen en empresas formales e informales), el empleo de todos los trabajadores en puestos de trabajo informales dentro de empresas formales, empresas informales u hogares, los miembros de cooperativas de producción informales y las actividades de personas dedicadas a la producción independiente de bienes para su propio uso final en hogares (2002:143).

Julio Gamero basándose en el aparato conceptual de la OIT, señala que un tercio del “empleo informal” en el Perú está representada por los trabajadores independientes no calificados (autoempleados sin estudios superiores y técnicos). Si bien la categoría “empleo informal” es mostrado como un concepto técnico y neutral para explicar los fenómenos laborales del país, el investigador obvia la dimensión ideológica ubicada en la producción conceptual sobre la informalidad¹⁸.

A continuación analizaré *El Informe VI Trabajo Decente y la Economía Informal*¹⁹, un texto que forma parte de la matriz ideológica liberal en el proceso de la globalización, lo cual desplaza la supuesta neutralidad técnica de la categoría “empleo informal”. El informe en cuestión señala que la actividad informal es a menudo la respuesta de los operadores que no son capaces de cumplir las difíciles, irrelevantes o prohibitivamente costosas normas y reglamentos, o la de aquellos que no tienen acceso a las instituciones del mercado. Esto quiere decir que la rigidez del marco jurídico institucional es una de las causas de las actividades informales. Este análisis de la OIT sobre la informalidad coincide con la propuesta de Hernando de Soto plasmada en su texto *El Otro Sendero*²⁰.

El autor enfatiza la idea de que los altos costos de la formalización que impone el Estado causa el fenómeno de la “informalidad”, es decir, grandes sectores de la población logran superar los obstáculos burocráticos estatales para optar por

y políticas para la superación del empleo informal”, en *Trabajo y Desarrollo*. PLADES N.º 09. Diciembre 2009, Lima.

¹⁸ El autor mantiene el enfoque técnico de la informalidad en su texto *Trabajo informal y Políticas de protección social* (2010) en donde registra diversas fuentes sobre la informalidad.

¹⁹ OIT Informe VI *El trabajo Decente y la Economía Informal*. Conferencia Internacional del Trabajo 90ª reunión. Ginebra, 2002.

²⁰ DE SOTO, Hernando, Ghibellini y Ghersi *El Otro Sendero*. Editorial Ausonia. Lima, 1986.

el sendero del capitalismo popular. El Estado es visualizado como un obstáculo para el proceso de formalización porque impone infranqueables legales. Por este motivo, existe una proliferación de empresarios informales en los rubros de comercio ambulatorio, transporte y vivienda.

Según Carlos Alberto AdriaZen²¹, *El Otro Sendero* construye un discurso político atravesado por la lógica populista en donde se desplaza la idea de antagonismo social entre explotadores y explotados (burgueses y proletariados) para construir una nueva frontera entorno a la ley (formales e informales). Por este motivo, las categorías de “economía informal²²” (OIT) e “informalidad” (De Soto) se articulan a nivel del marco jurídico e institucional para explicar la realidad de las actividades informales en el mundo laboral al margen de las relaciones de explotación. Por este motivo, la “Economía Informal” y el “empleo informal” no son ajenos a la producción ideológica dominante del capitalismo global y, más aún, si el informe en cuestión suscribe explícitamente las ideas del segundo best seller de Hernando de Soto titulado *El Misterio del Capital*²³. Según el mencionado informe de la OIT:

La investigación llevada a cabo por Hernando de Soto y el Instituto para La Libertad y al Democracia (IDL) que él mismo fundó en el Perú argumenta de forma convincente que los pobres poseen bienes pero que estos representan un “capital muerto” porque las formas de posesión no son reconocidas por el sistema jurídico y por lo tanto no pueden utilizarlos para generar capital productivo que puede invertir-se en actividades económicas formales (2002: 31).

Como se puede apreciar la neutralidad técnica del informe es cuestionable porque asume en forma convincente las tesis de Hernando de Soto que tiene una clara posición ideológica. *El Misterio del Capital* tiene un subtítulo cínico “Por qué el capitalismo triunfa en Occidente y fracasa en todas las demás partes”, mensaje hegemónico que ratifica el triunfo del capitalismo en el mundo luego de la caída del muro de Berlín. El capitalismo triunfó para quedarse y hacerlo exitoso en todas las partes del mundo: el secreto es la formalización del capital muerto de los pobres. El deseo de la formalización de millones de trabajadores independientes, autoempleados y emprendedores legitiman el concepto “informalidad” y, a la misma vez, la base

²¹ ADRIAZEN, Alberto. “De Soto y la (im)posible apuesta por un neoliberalismo popular”. En Gonzalo Portocarrero, Juan Carlos Ubilluz y Víctor Vich (editores) *Cultura Política en el Perú*. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales. Lima, 2010.

²² El concepto “Economía Informal” tiene como antecedente el año 1972 cuando la OIT utilizó por primera vez el concepto de “sector no estructurado” para visualizar a los trabajadores que no eran reconocidos, registrados y protegidos por las autoridades públicas.

²³ DE SOTO, Hernando. *El misterio del capital. Por qué el capitalismo triunfa en occidente y fracasa en el resto del mundo*. Empresa Editora El Comercio. Lima, 2000.

ideológica que la sostiene. Por este motivo, afirmó que las ideas de derecha en el Perú han logrado obtener millones de adhesiones sin mucho esfuerzo político²⁴.

No es un misterio que los textos de Hernando de Soto sean legitimados por *El informe VI Trabajo decente y la Economía informal*, cuya eficiencia ideológica se produce cuando el documento suspende el ámbito ideológico, es decir, ingresa a un universo postideológico. Según Slavoj Žižek²⁵.

Ahora que dejamos atrás —de acuerdo con la ideología oficial— las pasiones políticas “inmaduras” (el régimen de los políticos, es decir, la lucha de clases y otros antagonismos pasados de moda) para dar paso a un universo postideológico pragmático maduro, de administración racional y consensos negociados, a un universo libre de impulsos utópicos (1998: 157).

La forma de superar la valla de las pasiones ideológicas es a través del aspecto técnico que construye una realidad supuestamente objetiva. Una realidad sin distorsiones ideológicas *inmaduras*, es decir, los radicales y el salto al vacío ideológico. En esta lógica, el fetiche de la estadística laboral cuantitativa, que reemplaza las relaciones sociales entre personas (incluyendo los antagonismos sociales) por números y cifras, produce el “efecto de verdad” de la neutralidad conceptual. Por este motivo, se asume como técnico las categorías “trabajadores independientes”, “trabajadores por cuenta propia” y “empleo informal”, los cuales tienen como sustrato ideológico subterráneo los principios del liberalismo.

7. A modo de conclusión

La existencia del autoempleo, el trabajador independiente y el trabajador informal del capitalismo popular, legitiman el efecto de verdad de la ética del yo emprendedor, es decir, un sujeto que trabaja para sí mismo en el mercado laboral. Entonces, cuando niego la existencia del autoempleo no es para anular su realidad empírica social, sino para cuestionar la construcción ideológica del discurso emprendedor que oscurece el lazo social entre el *Yo* y el *Otro*. La hegemonía del individualismo se encuentra articulada en la lógica del capitalismo tardío que rechaza la estabilidad laboral, el sindicalismo y el lazo social.

Bajo la ética del yo emprendedor, una estrategia hegemónica del mercado global para enfrentar el problema del masivo desempleo, como producto (agudizado) del

²⁴ ROSALES, Raúl. “Trabajadores Autoempleados en Lima Metropolitana”. En *Aportes para una gestión transparente, eficiente y democrática de Lima Metropolitana*. Grupo Propuesta Ciudadana. Lima, 2010.

²⁵ ŽIZEK, Slavoj. “Multiculturalismo, o la lógica cultural del capitalismo multinacional”. En Eduardo Gruner (compilador) *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Paidós. Buenos Aires Argentina, 1998.

modelo neoliberal, es el autoempleo. El mercado es la ventana de oportunidades en donde los individuos con sus pequeños emprendimientos (microempresarios) entran en el juego de la libre competencia. En este sentido, el discurso emprendedor tiene una dimensión política porque su mayor obstáculo es el Estado, el cual interviene en la sociedad y el mercado para garantizar la estabilidad laboral y los derechos de los trabajadores. La riqueza no la genera el Estado sino los emprendedores quienes son los motores de la sociedad.

Últimamente, la cultura hegemónica de la ética del yo emprendedor se refleja en los últimos mensajes publicitarios de los medios de comunicación. La cara obscena del mercado ha elaborado al *Tigre (Trabajador Independiente Gran Red de Emprendedores)*, que es la marca de un producto de la empresa Nextel²⁶. La metáfora *Tigre* muestra explícitamente la deshumanización de los trabajadores emergentes microempresarios que son transformados en felinos que ingresan a la competencia del libre mercado. Una especie de darwinismo global en donde todos los tigres tienen la necesidad de adaptarse a redes emprendedoras para no ser devorados por otros tigres.

La hegemonía del discurso emprendedor deja de lado el factor histórico y el acervo cultural de los sujetos económicos. Los migrantes provincianos utilizaron redes sociales y étnicas como estrategias para adaptarse al mercado urbano limeño. Se estructuró una ética del trabajo en base a las relaciones de parentesco y paisanaje, las cuales se articularon a redes sociales más amplias en las siguientes generaciones. El caso del emporio comercial de Gamarra es una muestra de la importancia del lazo social para la formación de nuevas empresas en una ciudad (criolla) que marginaba a los migrantes. Pero el vínculo social que articula a los nuevos actores sociales es oscurecido por el discurso emprendedor representado en *La Historia de María*.

Hay que señalar que el discurso emprendedor se ha legitimado en el Estado peruano, es decir, un Estado capturado por la hegemonía conceptual del capitalismo cultural. Un caso es el programa titulado que se trasmite en el Canal 7 TV Perú (administrado por el Estado) que asume al Perú como un país emprendedor²⁷. En la página web de dicho programa muestra el siguiente discurso:

El emprendedor peruano no deja de sorprender al mundo, sobre todo, por la habilidad de transformar las carencias en recursos y las crisis en oportunidades. Nuestros reportajes son extraordinarios testimonios sobre espíritus audaces, peruanos como nosotros que han tomado el futuro en sus manos.

Este programa se representa como una alternativa a las noticias malas, por tal razón *Haciendo Perú* solo trasmite reportajes positivos sobre los hombres y las mujeres que están cambiando el país. Según el discurso del programa, lo emprendedor es lo positivo, el buen ejemplo a seguir para tomar el futuro en sus manos. Este mensaje

²⁶ Ver: <http://www.youtube.com/watch?v=C-BITplbLuY>

²⁷ Ver: <http://www.haciendoperu.com.pe/about/>

muestra la internalización del neoliberalismo cultural en el Estado peruano donde lo positivo es sinónimo de emprendedor, pero este discurso deja de lado los conflictos laborales (noticias negativas) que cuestionan el sistema hegemónico global.

Es necesario tener en cuenta las relaciones de poder que existen entre la lengua y la sociedad para cuestionar la neutralidad de los textos, sean estos literarios, académicos o técnicos. Los intereses de los autores o investigadores no son ajenos a un determinado contexto social e ideológico. En este sentido, la categoría “autoempleado” debe ser analizada bajo una lógica distinta en donde el sujeto laboral asuma la importancia del lazo social y una visión sociopolítica de la realidad.

Por este motivo, mi interés en el presente ensayo ha sido elaborar una cartografía ideológica de la hegemonía conceptual que gira alrededor del término autoempleado, y de esta manera, repensar en una sociedad más allá de los tigres emprendedores del darwinismo global y, a la vez, abrir una discusión ideológica y programática sobre la realidad sociopolítica del sector de trabajadores autoempleados.

BIBLIOGRAFÍA

ADAMS, Norma y VALDIVIA, Néstor

1994 *Los Otros Empresarios. Ética de migrantes y formación de empresas en Lima*. Instituto de Estudios Peruanos. 2 da Edición. Lima.

ADRIAZEN, Alberto

2010 “De Soto y la (im)posible apuesta por un neoliberalismo popular”. En Gonzalo Portocarrero, Juan Carlos Ubilluz y Víctor Vich (editores) *Cultura Política en el Perú*. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales. Lima.

BARTHES, Roland

1978 *El Placer del Texto seguido por Lección Inaugural*. México Siglo XXI, México DF.

Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo.

2008 *Caracterización y Problemática de los trabajadores de la Economía Informal en el Perú*. Lima.

DAZA, José Luis

2005 *Economía informal, trabajo no declarado y administración del trabajo*. Documento N.º 9 OIT. Ginebra.

DE SOTO, Hernando, GHIBELLINI y GHERSI

1986 *El Otro Sendero*. Editorial Ausonia. Lima.

DE SOTO, Hernando

2000 *El misterio del capital. Por qué el capitalismo triunfa en occidente y fracasa en el resto del mundo*. Empresa Editora El Comercio, Lima.

- GAMERO, Julio
 2009 “De sector informal a empleo informal. Itinerario de un concepto y políticas para la superación del empleo informal”, en *Trabajo y Desarrollo*. PLADES N.º 09. Diciembre, Lima.
- GAMERO, Julio y CARRASCO, Gabriela
 2011 *Trabajo informal y Políticas de protección social*. Proyecto WIEGO-CIES PERÚ. Lima. Ver en: <http://www.proteccionsocial.org.pe/files/julio-gabriela.pdf>
- GUERRA-GARCÍA, Hernando
 2009 *La Historia de María*. Grupo Editorial Norma. Lima.
- HARVEY, David
 1998 *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultura*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- OTI
 2002 *Informe VI El trabajo Decente y la Economía Informal*. Conferencia Internacional del Trabajo 90ª reunión. Ginebra.
- PORTOCARRERO, Gonzalo
 2001 “Nuevos modelos de identidad en la sociedad peruana (hacia una cartografía de los sentidos comunes emergentes)”, En *Modelos de identidad y sentidos de pertenencia en Perú y Bolivia*. Instituto de Estudios Peruanos. Lima.
- ROSALES, Raúl
 2010 “Trabajadores Autoempleados en Lima Metropolitana”. En *Aportes para una gestión transparente, eficiente y democrática de Lima Metropolitana*. Grupo Propuesta Ciudadana. Lima.
- VICH, Víctor
 2001 *El discurso de la calle. Los cómicos ambulantes y las tensiones de la modernidad en el Perú*. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales. Lima.
- VICH, Víctor y ZAVALA, Virginia.
 2004 *Oralidad y poder. Herramientas metodológicas*. Grupo Editorial Norma. Bogota.
- ZIZEK, Slavoj.
 1998 “Multiculturalismo, o la lógica cultural del capitalismo multinacional” En Eduardo Gruner (compilador) *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Paidós. Buenos Aires Argentina.,
 2008 ¿Cómo inventó Marx el síntoma? En Slavoj Zizek (compilador) *Ideología. Un mapa de la cuestión*. Fondo de Cultura Económica. Segunda Edición en Español. Buenos Aires, 2008.