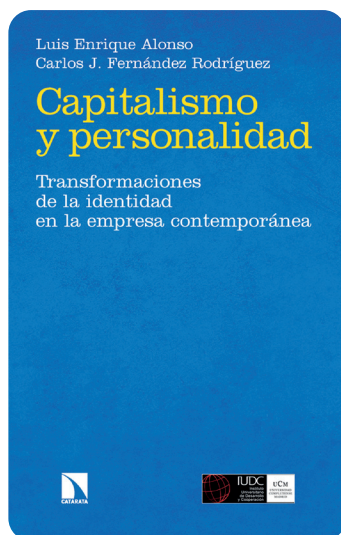




Luis Enrique Alonso y Carlos J. Fernández Rodríguez. *Capitalismo y Personalidad. Transformaciones de la identidad en la empresa contemporánea*

Catana, 2024

JOEL ARENBERG-NISSIN

Universidad de Chile
jjarenberg@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0007-2667-8687>

¿Cuáles son las transformaciones del discurso gerencial, es decir, de la retórica con la cual las empresas se organizan y estructuran internamente? Esa es la pregunta con la que trabajan los autores, para luego apuntar a las repercusiones en la personalidad y, por desborde, en el estilo de vida de los individuos insertos en el nuevo capitalismo, el sistema resultante tras la crisis económica de 2008 y que actualmente se desenvuelve en el mundo neoliberal.

El libro comienza por caracterizar los estudios gerenciales desde los cuales se transiciona hacia la configuración actual del mismo. Estos están basados en la racionalidad burocrática de principios del siglo XX, en la era del fordismo, en donde las grandes corporaciones se organizan como pirámides jerárquicas, estratificadas en organigramas, cuyos miembros deben ser absolutamente disciplinados y mantenerse expuestos a vigilancia constante, a cambio de seguridad laboral, la cual garantiza a los individuos una vida sin sobresaltos, mas un tanto gris. A este enfoque administrativo se le suman los refuerzos por motivación psicológica, en donde los directivos de la empresa deben hacer un

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

En APA 7: Arenberg-Nissin, J. (2025). Luis Enrique Alonso y Carlos J. Fernández Rodríguez. *Capitalismo y Personalidad: transformaciones de la identidad en la empresa contemporánea*. Catana, 2024. *Resonancias*, (20), 103-107. <https://doi.org/10.5354/0719-790X.2025.80184>

En MLA: Arenberg-Nissin, J. "Luis Enrique Alonso y Carlos J. Fernández Rodríguez. *Capitalismo y Personalidad: Transformaciones de la Identidad en la Empresa Contemporánea*. Catana, 2024." *Resonancias*, no. 20, 2025, pp. 103–107. <https://doi.org/10.5354/0719-790X.2025.80184>.

esfuerzo por integrar a sus empleados, de manera que los trabajadores sientan que se les escucha y respeta: incrementando, de esta forma, tanto el rendimiento personal como la estabilidad de la organización y sus procesos, esencial para asumir proyectos de producción masiva. En este contexto, pertenecer a una organización no es solo obedecer, sino también participar.

Sin embargo, este equilibrio entre disciplina y motivación psicológica, junto con la estructura rígida, organizada y jerarquizada de la racionalidad burocrática —gracias a las ideas libertarias provenientes de la contracultura de la época de los sesenta, pensando los autores (2024) en el hombre unidimensional de Marcuse, por ejemplo— serán progresivamente reemplazadas por estrategias de estructuración fluida (dispersión productiva, fragmentación organizativa e individualización de las trayectorias laborales), sumado a que progresivamente se irá agregando a la atmósfera de la organización las emociones como herramienta de estímulo de la productividad; es decir, imbuyendo a los trabajadores de “experiencias en común”, ya sea cenas de empresa o actividades de fin de semana, fortaleciendo el vínculo entre colegas y el compromiso con la empresa.

En el contexto de un nuevo mercado más volátil respecto a las manifestaciones anteriores del mismo y los ajustes en la organización de la corporación en razón de los nuevos desafíos de la economía imperante, las empresas impulsan la imagen del nuevo emprendedor como corporativo por excelencia: un sujeto creativo, innovador, audaz, flexible, feliz, proactivo, completamente comprometido con los objetivos de la empresa y, en fin, capaz de flotar en la turbulenta vorágine del mercado neoliberal, con todos los riesgos que esto implica. En lugar de buscar disciplina y obediencia, la nueva cultura corporativa busca un sujeto en específico; la búsqueda por la uniformidad en las identidades de la racionalidad burocrática se ha sustituido por la expresión personal, por actitudes individualistas y emprendedoras, por el sacrificio en términos de autoexplotación; buscan que todos sean diferentemente iguales, es decir, que los empleados se muestren como emprendedores únicos con las aptitudes necesarias para impulsar con sus ideas la actividad de la corporación, mas estas misma aptitudes son con las que todos los individuos se presentan en el mundo laboral, convirtiendo a la empresa en un ambiente paradójico, en donde los colegas son, a la vez, la competencia; en donde seleccionan por destacar frente a otras persona, pero resulta que todos presentan aptitudes similares; convirtiendo así a las corporaciones en un polo de inyección subjetiva acorde a los requerimientos del capitalismo.

Se entenderá por inyección subjetiva una sobrecodificación, por parte del mercado y el capitalismo, en la personalidad e identidad de los individuos, en la que se aspira a la entrega total del individuo a los valores (creatividad, proactividad, flexibilidad, etc.), misiones (autoexplotación, total inmersión en el trabajo, etc.) e intereses de las empresas.

En el libro se exponen tres maneras desde las que se prepara, inclina o directamente amansa a las diversas subjetividades para adoptar esta personalidad emprendedora que infecta al empleado contemporáneo. Uno de esto refiere al recurso de la ficción para extender el mensaje del nuevo discurso gerencial, normalmente en el formato de novelas o fábulas. La autora con la cual introducen este fenómeno es Ayn Rand. Ella, con sus novelas, intenta identificar al lector con el directivo triunfante protagonista de la historia, el cual busca la mejor estrategia gerencial para alcanzar el éxito y poder económico anhelado. A lo largo del relato ficcionario, la autora defiende la lucha del individuo emprendedor frente al Estado ladrón y burocrático que con sus impuestos pretende minimizar las ganancias de la empresa; el relato se articula estructuralmente exponiendo un abanico de secuencias de acciones, de las cuales el protagonista escoge la más racional para impulsar las ganancias de la empresa (en el contexto de una economía turbulenta), haciendo de ejemplo a los lectores para que efectúen los mismos procedimientos. Los autores destacan cómo, desde este fenómeno literario, Rand logra delinear las conductas e ideas que se espera que los individuos adopten en sus prácticas laborales; las conductas e ideas de un hombre de negocios exitoso frente a las dificultades del mercado.

En este sentido, el segundo polo que estimula la inyección subjetiva es la figura del líder: un individuo carismático, con una voluntad y pasión contagiosa, una voz autoritaria en la toma de decisiones, pero con la capacidad de escuchar y fomentar las ideas de sus subordinados, promoviendo así la admiración entre los funcionarios, convirtiéndose en el referente al que todos deberían apunta ser si desean una vida exitosa. La figura de Trump, desde esta perspectiva, encaja con la figura de “líder”, y es un buen ejemplo de cómo la nueva retórica gerencial se toma los espacios políticos para difundir su ideología: es un hombre adinerado, que tuvo éxito en los negocios que ahora pretende *to make America great again* con una mayor libertad empresarial y “mano dura”, siendo él mismo la figura referente de cómo ser exitoso en la vida; impulsando así la inyección subjetiva junto a la ficción de que la personalidad emprendedora es la clave.

Bajo esta misma línea, el tercer polo de inyección subjetiva se refiere al *coaching* como técnica de gestión de la subjetividad; como terapia; como proyecto de trascendencia personal en el espacio de la empresa. La flexibilidad característica de las corporaciones actuales, que les permite a las empresas acondicionarse en la incertidumbre del mercado neoliberal, impacta de manera notable en los criterios de selección laboral, dado que los trabajadores que se contraten deben tener las aptitudes y actitudes necesarias para soportar la vorágine económica. Nuevamente nos encontramos frente al emprendedor, un trabajador audaz y perseverante, pero también simpático y empático; una persona en la que convergen la capacidad de sacrificio y una personalidad atractiva; el tipo de persona que todos deberían ser. En este sentido, el *coaching* apoya —a través de un proceso

dialogico entre *coach* y *coachee* en donde la idea es que el segundo descubra por sí mismo cuáles son sus problemas para que sea capaz de superar sus limitaciones— a los empleados que aún no presenten las características necesarias para desenvolverse en la empresa contemporánea, a corregir su conducta en función a los requerimientos de la empresa.

Esta nueva personalidad neoliberal se manifiesta en la *praxis* a través del concepto de marca personal: la exposición del yo en todos los aspectos de la vida cotidiana, y en este ciclo neoliberal, unifica lo profesional con lo íntimo, es decir, la vida personal. De esta forma, los autores postulan que “La posmodernidad neoliberal (...) instituye la marca personal como forma correcta de formación del carácter humano en la forma de “véndete a ti mismo” sin complejos para lograr con ello el éxito íntimo y profesional ansiado” (2024, p. 102). Anteriormente, en la era del fordismo, los individuos seguían códigos de comportamiento externos, en un entorno material concreto, con horarios e incentivos acordados. Ahora, los códigos de conducta se construyen de manera interna —como autocontrol— por asimilación del ideal de persona construido con los valores estipulados por los teóricos del *management* liberal-mercantil, en donde se busca el compromiso absoluto del asalariado, no como en antaño en donde se exigían las ocho horas reguladas de la jornada laboral canónica, sino “la entrega de la vida entera, de todo su tiempo y disponibilidad, de sus afectos y emociones, de su felicidad” (2024, p. 103).

Finalmente se refieren a la economía de la plataforma como la mutación más reciente del neoliberalismo, que logra ampliar las fronteras del rendimiento mercantil gracias a la extraordinaria inversión tecnológica en inteligencia artificial, robótica y programación algorítmica, que potencian el consumo gracias a la recopilación masiva de datos, y el uso de estos para personalizar los bienes y servicios presentados en pantalla, en la que se configura un yo atrofiado en la forma de una posible compra. De manera inversamente proporcional a la evolución en el consumo gracias a las posibilidades de la tecnología, existe una precarización en los empleos relacionados a las transacciones virtuales, y es que aplicaciones como Mercado libre o *Shein*, que funcionan de manera constante, habilitando al consumidor de acceder a los bienes ingresados en la plataforma 24/7, exigen a los repartidores a trabajar en un horario flexible que excede las ocho horas normativizadas, al igual que Uber o Pedidos Ya, en donde los *Riders* pasan noches enteras entregando órdenes a domicilio.

Las nuevas condiciones del mercado, gracias a la tecnologización y flexibilización del mismo, junto con los distintos mecanismos antes descritos que trabajan en conjunto en esta nueva era del capitalismo, tienen incidencia en la emergencia de nuevas subjetividades, profundizando tanto en la importancia del manejo emocional como en la máxima rentabilización del yo, en un mundo cada vez más

inconexo e individualizado producto de las nuevas lógicas mercantiles. La inyección subjetiva no es solo una suerte de amansamiento de la personalidad, es al mismo tiempo uno de los últimos pasos para crear un sujeto altamente preparado para sortear las olas de inestabilidad del neoliberalismo; para establecer al neoliberalismo, de manera definitiva, como razón de mundo.

Por todo lo expuesto, concluyo la reseña recomendando la lectura del libro. Me parece que es una gran herramienta para comprender los procesos contemporáneos de subjetivación, en las que desde el nuevo discurso gerencial se sobrecodifican las conductas y aspiraciones en razón de adaptar a los sujetos al nuevo mercado presente y su inestabilidad. Este libro es interesante para aquellos que busquen desentrañar cómo funcionan las dinámicas organizacionales modernas, los mecanismos de control y motivación, así como la creciente influencia de la marca personal y la economía de la plataforma en la vida cotidiana. Me parece que esta obra otorga recursos bastante útiles para realizar una reflexión crítica sobre las transformaciones que está sufriendo el mundo y de qué forma nos está afectando esto como sociedad.

■ ■ ■ ■ ■