



GABRIELA BRUNETTI

“Seamos un país de 40 millones de emprendedores”

Interpelaciones ideológicas en tiempos neoliberales

POR SILVIA HERNÁNDEZ, EZEQUIEL NEPOMIACHI Y CAROLINA RÉ

Silvia Hernández. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, magíster en Estudios Interdisciplinarios de la Subjetividad (FFyL, UBA) y doctoranda en Ciencias Sociales (UBA-París 8). Docente de Teorías y prácticas de la comunicación 3 y de Teoría de los medios y de la cultura (FFyL, UBA). Miembro del proyecto UBACyT “Figuras de la subjetividad política en la Argentina contemporánea (2001-2015). Un aporte desde el análisis de la producción social de las significaciones” (IIGG, UBA). Directora del Proyecto de Reconocimiento Institucional “La recualificación de Barracas: Un análisis comunicacional” (FSOC, UBA).

Ezequiel Nepomiachi. Licenciado en Ciencia Política, maestrando en Estudios Interdisciplinarios de la Subjetividad (FFyL, UBA) y doctorando en Ciencias Sociales (UBA). Becario de doctorado (UBA). Docente de Teorías y prácticas de la comunicación 3. Miembro del proyecto UBACyT “Figuras de la subjetividad política en la Argentina contemporánea (2001-2015). Un aporte desde el análisis de la producción social de las significaciones” (IIGG, UBA).

Carolina Ré. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, maestranda en Gobierno y doctoranda en Ciencias Sociales (UBA). Becaria de doctorado (UBA). Docente de Teorías y prácticas de la comunicación 3. Miembro del proyecto UBACyT “Figuras de la subjetividad política en la Argentina contemporánea (2001-2015). Un aporte desde el análisis de la producción social de las significaciones” (IIGG, UBA). Miembro del Proyecto de Reconocimiento Institucional “Sobredeterminación, discurso y política. Crítica de las ideologías de la comunicación política” (FSOC, UBA).

La plataforma electoral de Cambiemos para las elecciones presidenciales de 2015 clamaba por “un país de 40 millones de emprendedores”. En nuestra coyuntura -definida *grosso modo* por un proceso de neoliberalización (Harvey, 2007) caracterizado por una avanzada del capital financiero transnacional que implica una desregulación, flexibilización y desarticulación de derechos adquiridos tanto en nuestro país como en la región-, la categoría del “emprendedor” emerge

como una interpelación ideológica central, dada su amplia circulación y su casi omnipresencia.

En una constelación de prácticas aparentemente heterogéneas, se impone el mandato de que cada uno devenga un “emprendedor”: los libros de autoayuda que encabezan la lista de los *bestsellers* de cualquier librería (Papalini, 2015); el rol central que posee en nuestros días la cultura del *fitness* (Landa y Marengo, 2011); la expansión de nuevas espiritualidades alternativas como El ▶

que suponen la posibilidad de un “fin de las ideologías” y, por ende, de sociedades “pos-ideológicas”². A su vez, el concepto de ideología elaborado por Althusser permite dar cuenta de la relación compleja, sobredeterminada, que existe entre el modo de producción –en nuestro caso el capitalismo financiero– y la constitución del entramado de significaciones, afectos y efectos de sentido que estructuran las diversas formaciones ideológicas.

“Animate a emprender”³: La interpelación ideológica neoliberal como “emprendedores”

Estamos inmersos en una cultura emprendedora arraigada y poderosa. Miles de personas no encontraron un espacio satisfactorio de trabajo y estuvieron dispuestas a crearlo⁴.

En la ideología neoliberal, la interpelación de los individuos como sujetos “emprendedores” orienta el modo en que experimentan su relación con el mundo del trabajo y la producción. El “hacer por sus propios medios” o el asumir riesgos se tornan valores necesarios en los proyectos de vida de todos los sujetos, sean empresarios en sentido estricto o no. Y la realización personal se mide en el éxito o el fracaso de estos proyectos.

Pero esta interpelación no se reduce simplemente a un estímulo por el cual los sueños, las utopías, las metas personales deban traducirse en una perspectiva cuantificable; sino que mediante ella, es la forma-empresa la que se impone como molde para la imaginación de lo posible y lo imposible. Desde el comienzo, los deseos y los anhelos vitales se erigen para el sujeto que se reconoce como “emprendedor” bajo la forma de proyectos con alcances y resultados medibles en términos de ganancias. Tal como lo subraya Foucault en sus análisis sobre el neoliberalismo (2007), cada sujeto debe reconocerse a sí mismo como un capital humano que debe ser gestionado e incrementado de forma permanente.

Ahora bien, esta interpelación de los individuos como “emprendedores” no se restringe al dominio del trabajo. El sujeto es interpelado de ese modo desde múltiples instituciones correspondientes a diversas esferas de la vida social – la familia, medios masivos de comunicación, instituciones educativas, dependencias gubernamentales, organizaciones vecinales, etcétera. De este modo, la subjetividad “emprendedora” se torna decisiva en la coyuntura actual a través de la difusión de parámetros, significantes y afectos ligados a lo empresarial. En la medida en que las distinciones entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio se desdibujan, y que cada trabajador se autoadministra como capital humano, el “emprendedurismo” aparece como un modelo de vida.

El “ser emprendedor” se conforma a partir de una matriz de mandatos como el de autosuperación y autoe-

- ▶ Arte de Vivir (Vargas y Viotti, 2013); la proliferación de numerosas ONGs dedicadas a promover la “cultura emprendedora”; la presencia permanente de referentes del “emprendedurismo” en los medios masivos de comunicación; el crecimiento y la expansión del *coaching* en sus diferentes versiones (ontológico, empresarial); ciertos modos dominantes de ser y de estar en las redes sociales (Sibilia, 2008); los discursos que abundan en el escenario *managerial*; prácticas y dispositivos que se imponen en los mercados populares de nuestra ciudad (Gago, 2014); la creación en distintas universidades de numerosas cátedras, cursos y seminarios sobre “emprendedurismo”, “emprendizaje”... Podríamos seguir.

¿Cuál es la especificidad de esta interpelación como “emprendedores”? ¿Cómo interpretar esta proliferación? ¿Cuáles son sus implicancias políticas? ¿Qué relación guarda con otras figuras subjetivas que han surcado la modernidad capitalista, como “el ciudadano” o “el trabajador”? ¿Y con otras muy relevantes en momentos precisos de nuestra historia local, como “el militante” o “el vecino”?

El presente análisis parte de considerar al neoliberalismo como una ideología desde lo propuesto por Louis Althusser. En el cruce entre marxismo y psicoanálisis, el autor sostiene que la ideología es la “representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia” (Althusser, 1999: 131), distanciándose de las nociones de ideología como una “falsa conciencia”, como un “sistema de ideas” –ligado puramente a lo consciente– así como de posiciones teóricas

EN LA IDEOLOGÍA NEOLIBERAL, LA INTERPELACIÓN DE LOS INDIVIDUOS COMO SUJETOS "EMPRENDEDORES" ORIENTA EL MODO EN QUE EXPERIMENTAN SU RELACIÓN CON EL MUNDO DEL TRABAJO Y LA PRODUCCIÓN.

xigencia sin límites ("¡Vos podés!", "¡Sí se puede!"); de introspección y autoconocimiento como medios para la realización de los propios sueños ("La verdad está en vos", "La sabiduría está en tu interior"); de flexibilidad y adaptación al cambio ("Si sucede, conviene"); de creatividad; de desapego ("La felicidad también consiste en lo que dejas ir por tu propio bien"); de gusto por el riesgo ("¡Salí de tu zona de confort!"); de rechazo de la rutina ("¡Reinventate!", "¡Revolvete!"); de gestión eficaz de recursos (tiempo, energía, dinero, relaciones personales) en función del máximo beneficio personal; de autovalorización permanente mediante la exaltación de la propia singularidad como capital a conservar y a acrecentar. Se imponen con ello los parámetros de éxito/fracaso para la evaluación de toda práctica y los de costo/beneficio para la de los vínculos intersubjetivos.

El deporte (en especial aquellos considerados "extremos", dada la asunción de riesgos que implican, o en aquellos orientados a la autosuperación personal, como el *crossfit*) y el viaje (que reúne lo ligado al desapego, la aventura, la flexibilidad, el gusto por el cambio, el aprendizaje mediante la experiencia, la búsqueda permanente de satisfacción) constituyen dos metáforas recurrentes en la estructuración de la vivencia subjetiva de los sujetos-emprendedores. Una nota de *La Nación* de 2015 y una campaña de emprendedurismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires lanzada en 2016 ejemplifican ambas metáforas:

Los deportes extremos exigen arriesgarlo todo. La sensación de adrenalina de quien practica estas disciplinas, según dicen los que se animan, se mezcla con una alta dosis de libertad. El espíritu emprendedor tiene algo de todo esto. En el sentido más evidente, se trata de buscar un camino propio; pero también de saltar obstáculos, sobrevolar dudas y llegar a la meta de generar un proyecto de alto impacto ("Dos fanáticos de la patineta que llegaron a San Francisco", *La Nación*, 10-08-2015).

Emprender tu proyecto tiene bastante que ver con emprender un viaje. Podés hacerlo por diversión, o también porque buscás algo que te mueva por dentro. Están los que prefieren el clásico, y los que se juegan por algo distinto. ¿Querés emprender? Hacelo. Como en todo viaje, no te vas a arrepentir" (GCBA, 2016. Disponible en: <https://www.facebook.com/GCBA/videos/10154143139953613>, Consultado: 07-02-2017).

EL "SER EMPRENDEDOR" SE CONFORMA A PARTIR DE UNA MATRIZ DE MANDATOS COMO EL DE AUTOSUPERACIÓN Y AUTOEXIGENCIA SIN LÍMITES ("¡VOS PODÉS!", "¡SÍ SE PUEDE!"); DE INTROSPECCIÓN Y AUTOCONOCIMIENTO COMO MEDIOS PARA LA REALIZACIÓN DE LOS PROPIOS SUEÑOS ("LA VERDAD ESTÁ EN VOS", "LA SABIDURÍA ESTÁ EN TU INTERIOR"); DE FLEXIBILIDAD Y ADAPTACIÓN AL CAMBIO ("SI SUCEDE, CONVIENE").

- ▶ Para la subjetividad emprendedora, la competencia funciona tanto como el principio universal del comportamiento (Laval y Dardot, 2013) como la forma particular que toma el lazo social, llegando a los bordes de su negación (Nepomiachi y Sosa, en prensa).

Todos los vínculos (incluso consigo mismo) se configuran a partir de una matriz que distingue entre “ganadores” y “perdedores”. En esta constelación emergen como afectos fundamentales tanto el miedo y el odio hacia los otros, como la angustia, el pánico y la depresión frente a la amenaza permanente de convertirse en un “fracasado”, es decir, en un desecho, así como su contracara, la euforia, estrechamente vinculada con el sentimiento de omnipotencia y con la exaltación de la “automotivación”.

Además de las consecuencias sobre los sujetos de la autoexigencia infinita y de la aceptación pretendidamente gozosa de la incertidumbre impuesta por el capitalismo desregulado y flexibilizado, la interpelación neoliberal como “emprendedores” implica un doble borramiento de lo social: por un lado, a través de la corrosión de los lazos intersubjetivos de confianza y cooperación en favor de la exaltación de la competencia. Por el otro, lo social se desvanece en la mirada de sujetos competidores, evacuando así las constricciones sociales y los factores estructurales de generación de desigualdad en un juego de meritocracias.

Esto se observa en incontables placas anónimas que circulan actualmente en redes sociales, en donde para ser feliz se prescribe “soltar” todo aquello que no redunde en una capitalización de sí (“Para saltar hay que aprender a soltar”, “Si no suma a tu vida, suelta”). Y ello incluye, en muchos casos, a los otros devenidos “gente tóxica”: aquellos que “nos producen malestar” y que pueden llegar a “arruinarnos la vida, destruir nuestros sueños o alejarnos de nuestras metas”⁵.

Lo atamo’ con alambre: El arraigo cultural del emprendedurismo como modo de ser

Ahora bien, ningún reconocimiento subjetivo en un mandato ideológico se da sobre una *tabula rasa*: la eficacia de cualquier interpelación ideológica depende en parte de la posibilidad de arraigar en memorias, identidades, temores, esperanzas, preexistentes en contextos específicos (Caletti, 2006). Una mirada a la argamasa cultural sobre la cual hace pie la interpelación neoliberal como “emprendedores” en nuestra coyuntura podría desplegarse en múltiples líneas interpretativas, de las cuales retomaremos dos, condensadas en el fragmento citado a continuación, con agudas implicancias políticas y sociales.

40 MILLONES DE EMPRENDEDORES

Los argentinos tenemos una riquísima tradición emprendedora, heredada de nuestros

TODOS LOS VÍNCULOS (INCLUSO CONSIGO MISMO) SE CONFIGURAN A PARTIR DE UNA MATRIZ QUE DISTINGUE ENTRE “GANADORES” Y “PERDEDORES”. EN ESTA CONSTELACIÓN EMERGEN COMO AFECTOS FUNDAMENTALES TANTO EL MIEDO Y EL ODIOS HACIA LOS OTROS, COMO LA ANGUSTIA, EL PÁNICO Y LA DEPRESIÓN FRENTE A LA AMENAZA PERMANENTE DE CONVERTIRSE EN UN “FRACASADO”, ES DECIR, EN UN DESECHO.

ASÍ COMO SU CONTRACARA, LA EUFORIA, ESTRECHAMENTE VINCULADA CON EL SENTIMIENTO DE OMNIPOTENCIA Y CON LA EXALTACIÓN DE LA “AUTOMOTIVACIÓN”.

abuelos inmigrantes. Supimos abrirnos paso en las condiciones más duras e impredecibles, con ingenio y perseverancia, y logramos salir adelante.

Sabemos cómo sobrevivir a las crisis. Ahora queremos salir a contagiarle nuestra pasión y nuestro entusiasmo al resto del mundo. Para eso necesitamos un Estado atento y generoso que ayude a los emprendedores y a la vez les enseñe el camino, y que permita una verdadera igualdad de oportunidades para quienes quieren abrir su negocio.

Para avanzar hacia un país unido y con Pobreza Cero, necesitamos ser un país que premie las buenas ideas y ayude a todos sus ciudadanos a ser emprendedores. Si somos creativos e innovadores, si logramos poner nuestras ideas al servicio del trabajo y la producción, estaremos homenajando la memoria de nuestros abuelos inconformistas y aventureros.

(Plataforma electoral de Cambiemos para la elección presidencial de 2016. Disponible en: <http://cambiemnos.com/propuestas/pobreza-cero/emprendedores>. Consultado: 07-02-2017).

La primera línea interpretativa remite a la creencia de que los argentinos se adaptan con facilidad a los contextos de crisis e inestabilidad, y que son capaces de "salir adelante por sus propios medios". Esta creencia, que en el marco de procesos de neoliberalización contribuye a naturalizar la inestabilidad económica y la desarticulación de mecanismos sociales de reducción de la desigualdad, no es una invención reciente, sino que aparece en distintas manifestaciones culturales, como por ejemplo:

En esta tierra santa nadie se espanta
si hay un ciclón
y no se toma a pecho si cae el techo
del comedor.
En esta tierra santa nunca nos falta

imaginación

para arreglar la pava y fijar la cama
con precisión.

Lo atamo' con alambre, lo atamo',
lo atamo' con alambre señor,
Lo atamo' con alambre, con este
hambre no hay otra solución
(Ignacio Copani, *Lo atamo' con alambre*,
1988).

Combinada con la interpelación como "emprendedor", la "crisis" no sólo aparece como algo habitual para los argentinos, sino también como un estímulo a su "creatividad" innata y un antídoto contra cualquier pereza. En palabras de un director creativo de una agencia de publicidad: "El argentino está acostumbrado a vivir en crisis y caos, y a los que vienen de afuera les encanta la sensación de libertad y flexibilidad que son tan útiles al proceso creativo"⁶.

La valoración positiva de la flexibilidad y de la capacidad de adaptación a una realidad en permanente desestructuración encuentra su contrapartida en la estigmatización como "asistencialismo" o "clientelismo" de los mecanismos públicos de socialización del riesgo:

Para Darío [*presentado como un ex piquetero hoy incorporado como "creativo" a Tránsito, la firma del diseñador Martín Churba*], por ejemplo, la moda fue una gran posibilidad en un momento en el que él sentía que todo estaba perdido. Es que la crisis de 2001 lo había dejado en la calle y, mientras muchos a su alrededor tomaron el camino más corto accediendo a planes sociales, él le dio la espalda al asistencialismo sumándose a la cooperativa La Juanita ("La inclusión también está de moda", Suplemento Comunidad, *La Nación*, 07-04-12).

La segunda línea interpretativa es la del mito que ubica el origen del "ingenio argentino" en la inmigración europea de fines del siglo XIX y principios del XX, representada ▶

- ▶ en la campaña electoral mencionada por el sintagma “nuestros abuelos”. Este mito, incorporado en nuestra coyuntura a la ideología neoliberal, sanciona una inmigración “legítima” y habla en sordina de su contracara: la “mala” inmigración no europea. Refuerza además la creencia racista en un “nosotros, los argentinos” como “los europeos en América Latina”, contribuyendo tanto a legitimar el genocidio pasado sobre los pueblos originarios, como a justificar la exclusión, la invisibilización y la sobreexplotación de los argentinos no-porteños y no-blancos, favoreciendo la expulsión de los migrantes pobres. Como lo expresaba Mauricio Macri durante la toma del Parque Indoamericano en 2010 en reclamo de viviendas prometidas: “Pareciera que la Ciudad de Buenos Aires se tiene que hacer cargo de los países limítrofes, y eso es imposible. Todos los días llegan entre cien y doscientas personas nuevas a la ciudad, que no sabemos quiénes son, de la mano del narcotráfico y la delincuencia”⁷.

La lógica de la interpelación neoliberal como “emprendedor” es inescindible de la consolidación y naturalización de prácticas violentas de clasificación, inferiorización y exclusión de una serie de “otros”, cuyos rasgos culturales o personales los convierten en improductivos, indeseables, peligrosos y desechables.

Nombres pretendidamente neutrales como “la gente”, “los vecinos” o “los emprendedores” desplazan al “pueblo”, “los ciudadanos”, “los trabajadores”, y se constituyen por oposición a una serie de “otros” designados como “vagos”, “chorros” o “inmigrantes”, los cuales, en diversas ocasiones, son a su vez homologados a categorías ligadas a la política: “los militantes”, “los choriplaneros”. La designación de esos “otros” como infrapolíticos, reducidos a un mero objeto de odio y de temor (Rancière, 2000) y calificados como “perdedores” o “fracasados” (“si no pueden es porque no quieren”), refuerza el principio neoliberal de la “desigualdad natural de los seres humanos” (Murillo, 2011: 14) como un hecho evidente, necesario.

Pensar *lo común* a pesar del “emprededurismo”

Luego de este breve recorrido creemos importante insistir primeramente en el concepto de ideología desarrollado por Althusser y en el análisis de los dispositivos de interpelación ideológica (1999) para estudiar la coyuntura de neoliberalización. Hablar en términos de ideología neoliberal permite inscribir la producción de subjetividades en el modo de producción y acumulación, lo que obliga a no perder de vista ni su relación con otras formas de explotación -en algunos casos novedosas, en otros no tanto- ni las formas concretas que adquiere la lucha de clases en la singularidad de cada coyuntura. Por otra parte, retomar el análisis del neoliberalismo como una ideología -la *ideología neoliberal*- implica que se trata de una ideología particular, que,

COMBINADA CON LA INTERPELACIÓN COMO “EMPREENDEDOR”, LA “CRISIS” NO SÓLO APARECE COMO ALGO HABITUAL PARA LOS ARGENTINOS, SINO TAMBIÉN COMO UN ESTÍMULO A SU “CREATIVIDAD” INNATA Y UN ANTÍDOTO CONTRA CUALQUIER PEREZA.

EN PALABRAS DE UN DIRECTOR CREATIVO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD: “EL ARGENTINO ESTÁ ACOSTUMBRADO A VIVIR EN CRISIS Y CAOS, Y A LOS QUE VIENEN DE AFUERA LES ENCANTA LA SENSACIÓN DE LIBERTAD Y FLEXIBILIDAD QUE SON TAN ÚTILES AL PROCESO CREATIVO”.

como tal, supone relaciones contradictorias y conflictivas con *otras* ideologías que le son contemporáneas.

En segundo lugar, es preciso enfatizar el carácter autoritario y desdemocratizante que caracteriza a la ideología neoliberal, en relación con formas de acumulación por desposesión cada vez más acuciantes (Harvey, 2007). La forma-sujeto del “emprendedor” supone un trabajador que es homologado a la forma-empresa, pero que, además, traslada dicha lógica empresarial a todas las facetas de la vida. En el neoliberalismo, la ciudadanía universal (y nacional) se ve desplazada hacia una ciudadanía solipsista (y paradójicamente global). La sobredeterminación de la interpelación como “ciudadanos” –que caracterizó a la ideología liberal-republicana– por interpelaciones particularizantes como “emprendedores”, “gente”, “vecinos”⁸, entraña al menos dos consecuencias. Por un lado, el problema de la política es trasladado hacia una “gestión” y “administración” de multiplicidades que niega el conflicto y la politicidad de la vida social.

Por el otro, la práctica política misma queda desplazada, en tanto el conflicto que supone la construcción de una comunidad –en donde diversos otros, heterogéneos, forman parte del *todo*– es abolido bajo el falso consenso que se sostiene a partir de una concepción de lo social como la suma de partes sin interrelación.

De este modo, la expansión de la ideología neoliberal, productora de sujetos individualistas y temerosos de la otredad, atenta contra las bases que sustentan la politicidad inherente al espacio de lo público (Caletti, 2011), así como los anhelos y esperanzas que están en la base de todo proyecto colectivo emancipatorio.

La apelación a la singularidad y a lo intransferible de la vida como propiedad de la subjetividad emprendedora, tanto en la cotidianeidad (como ámbito de lo íntimo) como en la creatividad (como esfera del despliegue personal), pone la individualidad por delante de la pertenencia al todo social, amenazando entonces la construcción de lo común y de lo universal como horizontes de la práctica política.

Ahora bien: el enfoque propuesto en estas reflexiones enfatiza en el hecho de que la ideología dominante no está dada, sino que es el resultado de un proceso de luchas, resistencias y tensiones permanentes que se libran con y contra otras interpelaciones e ideologías. De la existencia de múltiples interpelaciones ideológicas contradictorias e imbricadas nos habla, para citar un ejemplo actual, el intenso y multiforme ciclo de resistencia y movilización abierto desde diciembre de 2015. Con sus aciertos y sus errores, con sus avances y sus retrocesos, muchos colectivos movilizados confrontan la avanzada neoliberal y la interpelación individualizante del “emprendedurismo”, afirmando de modo práctico la vigencia de la política como el modo por excelencia de estar y de ser en común. •

Notas

¹ Plataforma electoral de Cambiemos para las elecciones presidenciales de 2015. Disponible en: <http://cambiemnos.com/propuestas/pobreza-cero/emprendedores>. Consultado: 1-3-2017.

² Para abordar este tema en profundidad, cfr. Caletti, 2011; Caletti et al., 2011 y Caletti y Romé, 2011.

³ Eslogan de la campaña 2016-2017 del programa de emprendedurismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCABA).

⁴ Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, <https://voslohasces.buenosaires.gob.ar/emprende>. Consultado: 15-7-2015.

⁵ Stamateas, B. (2013). *Gente tóxica*. Argentina: Editorial Vergara.

⁶ “Buenos Aires creativa: el sector innovador crece más que el resto”, *La Nación*, 3-10-10.

⁷ “Macri insiste: ‘Estamos intentando que el gobierno nacional recapacite’”, *La Nación*, 9-12-2010.

⁸ Para otras referencias acerca de la interpelación como “vecinos” en las últimas décadas en la Ciudad de Buenos Aires, cf. Hernández, 2014.

Referencias bibliográficas

- Althusser, L. (1999). “Ideología y aparatos ideológicos de Estado”, en *La filosofía como arma de la revolución*. México, Siglo XXI.
- Caletti, S. (2006). “Decir, autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación”, en *Revista Versión*, Nº 17, UAM-X, p.19-78.
- Caletti, S. (comp.) (2011). *Sujeto, política, psicoanálisis. Discusiones con Althusser, Laclau y Žizek*. Buenos Aires, Prometeo.
- Caletti, S. et al. (2011). *Lecturas de Althusser. Proyecciones de un campo problemático*. Buenos Aires, Imago Mundi.
- Caletti, S. y N. Romé (comp.) (2011). *La intervención de Althusser. Revisiones y debates*. Buenos Aires, Prometeo.
- Foucault, M. (2007). *El nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires, FCE.
- Gago, V. (2014). *La razón neoliberal*. Buenos Aires, Tinta Limón.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. España, Akal.
- Hernández, S. (2014). “Los vecinos del vecindario al protagonismo. Un aporte comunicacional para pensar procesos urbanos”, en *Avatares* Nº 7: “Comunicación y Ciudad”. Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Disponible en: <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/issue/view/298>
- Landa, M. I. y L. Marengo (2011). “El cuerpo del trabajo en el capitalismo flexible: lógicas empresariales de gestión de energías y emociones”, en *Cuadernos de Relaciones Laborales*, Vol. 29, Nº 1, p. 177-178.
- Laval C. y P. Dardot (2013). *La nueva razón del mundo*. Barcelona, Gedisa.
- Murillo, S. (2008). *Colonizar el dolor. La interpelación ideológica del Banco Mundial en América Latina. El caso argentino desde Blumberg a Cromañón*. Buenos Aires, CLACSO.
- Murillo, S. (2011). “La nueva cuestión social y el arte neoliberal de gobierno”, en *Revista Cátedra Paralela*, Nº 8, p. 9-32.
- Nepomiachi, E. y M. Sosa (en prensa). “El negocio depende del emprendedor, y el emprendedor de su cuerpo”: Notas para un abordaje psicoanalítico de los cuerpos neoliberales”, en N. Romé et al. (comp.): *Aproximaciones críticas a la ideología neoliberal*, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Papalini, V. (2015). *Garantías de felicidad. Estudio sobre los libros de autoayuda*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo.
- Rancière, J. (2000). “Política, identificación y subjetivación”, en B. Arditi (comp.) *El reverso de la diferencia. Identidad y política*. Caracas, Nueva Sociedad, p.145 a 152.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, FCE.
- Vargas, P. y N. Viotti (2013). “‘Prosperidad y espiritualismo para todos’: un análisis sobre la noción de emprendedor en eventos masivos de Buenos Aires”, en *Horizontes antropológicos*, Vol. 19, Nº 40, Porto Alegre, p. 343-364.