

la identidad empresarial
Apuntes sobre la identidad empresarial

Conjeturas, ausencias e interrogantes*

Gastón Beltrán

1.

En los últimos años, el estudio del empresariado y sus vinculaciones con el poder político ha ocupado un lugar de privilegio en las explicaciones de los procesos sociales y políticos. Sin embargo, a pesar de que ha habido una proliferación de investigaciones dedicadas a su análisis, en muchas de ellas la discusión sobre el problema de la acción ha ocupado un lugar tangencial. De este modo, el comportamiento empresarial es usualmente tomado como un dato dado, y se parte del supuesto de que sus acciones pueden ser deducidas directamente del lugar que ocupan en la estructura de producción. Por el contrario, la discusión en torno al problema de la acción, y más específicamente de la acción colectiva, ha ocupado un lugar indiscutiblemente más importante en otro tipo de análisis, como es el caso de los estudios sobre los movimientos sociales de protesta. Si bien dentro de este ámbito de interés no existe un acuerdo sobre la manera de considerar la acción, lo que sí hay es un debate constante respecto de la forma de definirla y analizarla. Como consecuencia, es posible encontrar diversas posiciones que, a pesar de sus diferencias, proponen, en oposición a una concepción "simplificada" de la acción, considerarla como el resultado de una multiplicidad de procesos, es decir, como "el resultado de intenciones, recursos y límites, como una orientación intencional construida mediante relaciones sociales desarrolladas en un sistema de oportunidades y obligaciones".¹ Si bien es cierto que la mayor parte de las discusiones e interrogantes giran en torno a las acciones realizadas "desde abajo" y que existen inescapables diferencias entre estas y las acciones "desde arriba",² pienso que dado el actual estado de la cuestión en lo que a investigaciones sobre el empresariado refiere, puede resultar un ejercicio sumamente útil retomar para su análisis algunas de las cuestiones básicas que forman parte de los debates sobre el problema de la acción colectiva.

El estudio del empresariado puede ser y ha sido abordado desde distintas perspectivas.³ De maneras diversas, estas se interrogan en general sobre su papel social y su capacidad de influir sobre el rumbo de las sociedades de las que forman parte, lo que implica una determinada forma de relacionarse con el poder político. Si bien estos tópicos son comunes a gran parte de las investigaciones, muchas veces pareciera que la manera en que las acciones son definidas y realizadas por el conjunto del empresariado no tuviera mayor relevancia.⁴ La ausencia de este tipo de preguntas se debe a la existencia de dos supuestos que suelen aparecer entrelazados: que el empresariado se presenta, a diferencia de otros actores sociales, como una categoría realmente existente antes que construida y, por otro lado, que sus acciones pueden ser deducidas lógicamente por el lugar que ellos ocupan en la estructura.

Lo que quisiera plantear en este artículo es que de la misma manera que el análisis de cualquier otro fenómeno social, el estudio del empresariado requiere interrogarse sobre una serie de cuestiones que no pueden ser tomadas como datos, sino más bien como objetivos de investigación: ¿por qué en un determinado momento el conjunto del empresariado apoya tal o cual medida política o económica?, ¿por qué en ocasiones deciden movilizar sus recursos para apoyar o rechazar ciertas medidas y en otras se mantienen pasivos?, ¿de qué manera son definidos los intereses que persiguen cuando toman parte de la política de un país?, ¿quiénes, dentro del empresariado, se identifican con esos intereses que aparecen como los "intereses empresarios"?, ¿constituyen un bloque homogéneo o se trata más bien –como diría Alain Rouquié respecto de las clases medias–5 de un "mosaico heteróclito"?

Las preguntas planteadas se resumen en dos cuestiones básicas: el problema de la construcción del empresariado como objeto de estudio y el problema de la complejidad de la acción,⁶ dentro del cual se incluye a la identidad como una necesaria dimensión de análisis. En las páginas que siguen, me ocuparé brevemente de estas cuestiones. Por último, intentaré una reflexión sobre el comportamiento del empresariado argentino tomando esto en consideración.

2. Los empresarios: ¿objeto construido u objeto real?

Según Pierre Bourdieu, lo que diferencia a los objetos científicos de las "evidencias" del sentido común es que mientras las últimas, en tanto objetos "reales", se encuentran preconstruidas por la percepción, los primeros son parte de un sistema de relaciones expresamente construido.⁷ Esto significa que los objetos de investigación de que se ocupan los científicos sociales no sólo son construidos en función de una perspectiva desde la cual dicho objeto es "interpretado", sino también que los objetos sólo pueden ser definidos en función de una problemática teórica particular. Esto que así expresado parece casi una obviedad, no lo es tanto cuando se trata de realizar trabajos de investigación: por el contrario, es habitual confundir los objetos reales con los objetos construidos. La existencia de esta confusión lleva a pensar que lo que se está estudiando son objetos con entidad propia, cuando en realidad no se trata sino de objetos que son el producto de una teoría que los ubica en relación con otros dentro de cierta problemática.

Los objetos que constituimos en foco de nuestro análisis son entonces el resultado de nuestra manera de definir la realidad. El problema de confundir lo que las teorías nos muestran del mundo con el mundo mismo, radica en que lo que nosotros observamos pasa a ser tomado como un dato absoluto. El problema de realizar esto sin tener presente que se está utilizando una teoría, es caer en la ilusión empirista de que el mundo funciona tal cual lo muestran los datos y, lo que es peor, que el mundo está constituido por datos que el investigador sencillamente debe "descubrir". Como dice Marx, aunque parece justo empezar por lo real, ello es falso, ya que la totalidad concreta "es un producto del trabajo de elaboración que transforma intuiciones y representaciones en conceptos".⁸ Estas cuestiones más bien generales, dejan de serlo cuando comenzamos a interrogarnos sobre el comportamiento de actores concretos: ¿a quiénes nos estamos refiriendo cuando hablamos de los "empresarios"?⁹ O, más allá de la definición conceptual que tengamos de ellos, ¿a quiénes debemos "observar"?

En muchos trabajos sobre el empresariado, se sostiene que en las sociedades capitalistas los empresarios no dependerían de la acción organizada para hacer valer sus intereses, ya que la lógica del capitalismo haría de la decisión individual de invertir o no su principal fuente de influencia. Este enfoque que sostiene que el cumplimiento de los objetivos de los empresarios es el resultado de un conjunto de acciones individuales coordinadas espontáneamente, se apoya en el supuesto de que existe una suerte de homogeneidad "a priori" de los intereses capitalistas, y que su reconocimiento no necesita del acuerdo entre los capitalistas.¹⁰ Sin embargo, diversos análisis empíricos muestran que existen diferencias notables en el interior del conjunto del empresariado y que tal homogeneidad no se corresponde con la realidad. Estas diferencias tienen que ver por un lado con las distintas posiciones que aquellos que pueden formar parte de la definición de "empresario" ocupan en el espacio social, así como sus vinculaciones con el sistema productivo y político. Típicamente, se pueden encontrar diferencias de peso entre los grandes y los pequeños empresarios, entre empresarios dedicados a la producción en diferentes ramas de actividad, entre

los empresarios dedicados a la producción y los dedicados al comercio, los servicios o las finanzas, entre los orientados al mercado interno o a las exportaciones, entre los empresarios (o grupos de empresarios) que han diversificado su producción y aquellos que se han especializado en un sector determinado, etcétera. Al mismo tiempo, es posible encontrar diferencias respecto de las tradiciones culturales a las que pertenecen así como a los recursos políticos con que cuentan para hacer efectivas sus demandas: lógicamente, estos dos aspectos darán lugar a su vez a formas divergentes de acción y maneras distintas de relacionarse con el poder político. En este mismo sentido, pueden encontrarse también diferencias relativas a las identidades políticas e ideológicas.

Ahora bien, si es posible identificar diferencias importantes dentro de ese conjunto, ¿cómo debe procederse para investigarlo? ¿Se puede pensar en una investigación que abarque a todo el conjunto o sólo sería posible una investigación para cada subconjunto? Si esta fuera la alternativa ¿de qué manera habríamos de construir un conjunto tal, por más reducido que sea, que no presente ningún tipo de diversidad? Frente a estas cuestiones, la alternativa suele consistir en centrar el análisis en algunos miembros que, por alguna o algunas características, resulten representativos del resto. Usualmente, se tiende a priorizar el estudio de los empresarios más poderosos (los “grandes”), ya que se supone que estos tienen la capacidad de liderar las opiniones de los pequeños y medianos.¹¹ Este tipo de análisis, corre el riesgo de atribuir a un conjunto heterogéneo de actores formas de comportamiento que en realidad sólo corresponden a un número reducido de ellos, perdiendo de vista la diversidad que existe dentro del empresariado.¹² Por otra parte, aun en aquellos estudios que se ocupan de analizar sólo a los empresarios “más poderosos”, muchas veces suele asociarse el “poder” directamente con la cantidad de capital económico. Lo que no queda claro es si se puede inferir un tipo particular de acción, para un actor determinado, como función directa de la cantidad de bienes materiales que este posee, ni si es la posesión de estos bienes la que, por sí sola, define su capacidad de intervenir políticamente. Es decir, ¿qué nos dice sobre la manera de actuar políticamente y sobre su capacidad de influir sobre las decisiones del poder político la cantidad de capital económico que ellos poseen?, ¿cuál es la relación que existe entre el campo de lo económico y de lo político? Si estamos pensando al poder en términos de la capacidad de los actores de influir sobre las decisiones de los gobiernos, creo que no puede pensarse ese poder sino de manera relacional, es decir que el conjunto de los empresarios “más poderosos” debe ser construido teniendo en cuenta el espacio de relaciones específicas en que estos se encuentran insertos y no solamente la cantidad de capital económico que ellos poseen.¹³

Si bien la cuestión central de mi argumento es el problema de la acción, la manera en que el empresario es construido como objeto de análisis así como la forma en que es definido, es relevante para pensar cómo es abordada la acción en algunos estudios sobre este tema.¹⁴ Así, es la forma de pensar las relaciones del empresariado con el poder político en términos meramente económicos la que impide observar las dimensiones sociales de la acción de los empresarios, haciéndola aparecer como el resultado inevitable del lugar ocupado en la estructura social. En este sentido, si bien es indudable que dicha estructura condiciona en buena medida las acciones de los empresarios, no es cierto que estas se encuentren absolutamente determinadas por ella. Por consiguiente, la comprensión de las relaciones del empresariado con el poder político y sus capacidades de influir sobre él, requiere contar con una teoría de la acción que tome en cuenta su complejidad, así como el carácter indisociable de los aspectos objetivos y subjetivos para su determinación.

3. Acción e identidad

En la medida en que las referencias al problema de la acción suelen estar ausentes en algunos trabajos sobre el empresariado, pienso que muchas de las preguntas realizadas por quienes estudian los movimientos de acción colectiva pueden ser (re)formuladas para su análisis. Así como en diversas investigaciones preocupadas por los movimientos sociales, se "tomaron prestados" algunos supuestos de la teoría de la acción colectiva de M. Olson para explicar estos fenómenos en los mismos términos en que esta teoría explicaba a los grupos de intereses económicos aplicando el supuesto de la racionalidad económica, la intención de este artículo es considerar algunos de los debates hoy habituales en los estudios de los movimientos sociales para reflexionar acerca del empresariado. Sin embargo, no debe olvidarse que existen algunas diferencias importantes entre los estudios "desde abajo" y los estudios "desde arriba". Tal vez la diferencia más importante remite a la manera en que los grupos se relacionan con el Estado, sobre todo a partir de la posibilidad de acceder a los espacios privilegiados de decisión que tienen algunos empresarios y a la capacidad de presión que poseen algunas de sus corporaciones. En este sentido, el tipo de recursos políticos con que los empresarios cuentan es diferente al de quienes se movilizan "desde abajo", para quienes la misma movilización es su mayor recurso. Más allá de estas diferencias, y tomando esto como punto de partida, me interesa preguntarme, primero, por la forma en que los empresarios, a pesar de ser un conjunto heterogéneo, construyen una acción en común, y segundo, por la manera en que se constituyen como un grupo que es asumido como homogéneo. Esto supone pensar que en la definición de las acciones intervienen múltiples factores –tanto objetivos como subjetivos–, y que la homogeneidad de los grupos sociales es más simbólica que real, en tanto esa unidad surge de un autorreconocimiento por parte de los integrantes del colectivo, es decir, de una identificación con el grupo del que se es miembro.

Para las perspectivas que centran sus análisis en el lugar ocupado por los empresarios en la estructura económica, no tiene sentido preguntarse por los procesos y relaciones mediante las cuales los actores se involucran en la acción colectiva, la forma en que la acción se construye de manera tal que aparece como una conducta unificada y los mecanismos que contribuyen a la integración de las diferentes orientaciones así como el compromiso de los miembros.¹⁵ Esto se debe al hecho de que, desde estas perspectivas, los empresarios –a diferencia de los trabajadores–¹⁶ no dependerían de la acción colectiva para hacer valer sus intereses, por lo que las variables e indicadores para comprenderlos deberían ser predominantemente económicos. Por el contrario, la manera en que los empresarios se definen a sí mismos y realizan sus acciones, cobra relevancia si se parte de una perspectiva que tome a la acción como el resultado de una diversidad de procesos que influyen sobre la formación y el mantenimiento de las percepciones de los límites de factibilidad y de las preferencias de los actores, entre los que los procesos de formación de las identidades ocupan un lugar de gran importancia.¹⁷

Como afirma Alberto Melucci, "los actores 'producen' la acción colectiva porque son capaces de definirse a sí mismos y de definir sus relaciones con el ambiente" .¹⁸ En este sentido, no podría pensarse a la acción colectiva desligada de la identidad, por tanto los individuos actúan colectivamente en la medida en que son capaces de evaluar y reconocer lo que tienen en común: estas formas compartidas de considerar al mundo y a sí mismos, no sólo mueven a la acción sino que también la legitiman.¹⁹ Al mismo tiempo, la existencia de las identidades es lo que permite a los sujetos proyectar sus expectativas hacia el futuro, pues es la identidad del grupo la que asegura a los actores su continuidad: como dice Alessandro Pizzorno, "para que un individuo pueda apreciar la utilidad de costes actuales a cambio de beneficios futuros, es necesario que esté seguro de ser, en ese futuro, el mismo individuo".²⁰

De este modo, en la medida que la identidad colectiva concierne a las orientaciones de la acción y al ámbito de oportunidades y restricciones de la misma, vale la pena preguntarse por la manera en que el empresariado da forma al "nosotros" con que identifica a ese colectivo. ¿De qué manera se constituye ese "nosotros" que sirve para dar sentido a un conjunto de acciones? ¿Quiénes,

dentro del heterogéneo y diverso mundo de los empresarios se ven identificados con él y por qué? Si, en general, la constitución de un "nosotros" supone la existencia de un "otro", ¿quién juega ese papel en el caso del empresariado? ¿Se trata de un único "otro" o ese lugar puede ser ocupado por diferentes actores, proyectos, ideas, etcétera? Para responder a estas preguntas, debe recordarse que la construcción de ese "nosotros" al que me estoy refiriendo es una elaboración inseparable de lo social, en tanto el adversario que se nombra como la autoidentificación que se demanda, son esencialmente sociales.²¹ ¿Cómo se producen entonces las identidades?

Emilio De Ipola²² sugiere que el proceso de constitución de las identidades consta de dos partes inescindibles: la amenaza y la creencia. La amenaza supone la amenaza de muerte, frente a la cual se consolida la cohesión de un grupo determinado conformándose así una primera y rudimentaria identidad. Si la amenaza es constitutiva de la identidad, esta puede ser comprendida entonces a partir de la idea de amigo-enemigo tal cual ha sido desarrollada por Carl Schmitt,²³ en tanto es a partir del reagrupamiento entre amigos y enemigos que tienen lugar las oposiciones más intensas. El enemigo político es el "otro", el extranjero, aquello que es diferente. El grupo que se define como adversario y que se contrapone al "nosotros", deviene en enemigo sólo en la medida en que constituye un obstáculo o una resistencia para los objetivos del grupo, por lo que el lugar ocupado por el "enemigo" puede variar a lo largo del tiempo. De este modo, el antagonismo con un "otro" funciona como un afuera constitutivo del "nosotros".²⁴

Retomando el planteo de De Ipola, si bien la existencia de la amenaza es necesaria en el momento constitutivo de las identidades, no alcanza para mantener el grupo cohesionado a lo largo del tiempo. Para ello, se hace necesaria la presencia de la creencia en tanto confianza acordada a alguien o algo y en tanto adhesión a una ideología. La creencia deja constancia de una convicción, de una fidelidad que hace que creer y ser miembros sean dos elementos indisociables. De este modo, una identidad colectiva se constituye a través de dos momentos: uno exterior, prospectivo y a priori definido por la resistencia a la negatividad de la amenaza y otro interior, retrospectivo y a posteriori, asumido por la creencia como crecimiento y garante del pacto social originario y por lo tanto como (re)afirmación de dicha identidad.²⁵

De esta forma, puede afirmarse que las identidades se constituyen primero a partir de la cohesión de un grupo en oposición a un "otro" y segundo a partir de la existencia de un conjunto de creencias comunes que asegura la perdurabilidad de los esquemas clasificatorios de ese grupo. Sin embargo, no debe perderse de vista que la conformación de esas identidades se produce como parte de un proceso dinámico ya que, al menos en lo que a las identidades políticas respecta, las amenazas y creencias hacen su aparición y cobran sentido en la medida en que los grupos actúan políticamente, por lo que la acción es orientada al tiempo que es constitutiva de las identidades. Por otro lado, la forma en que las identidades orientan o justifican las acciones, no puede ser comprendida de manera aislada sino en relación con los contextos particulares en los que esas acciones tienen lugar, ya que la factibilidad de las opciones ideológicas no puede sostenerse sin considerar las oportunidades, recursos y límites de cada caso particular.

Ahora bien, ¿qué sucede específicamente con la identidad de los empresarios y qué papel juega esta en la explicación de los procesos políticos y económicos? Si la identidad se constituye como el resultado de múltiples acciones y rituales que cumplen la tarea de reunir en una misma comunidad de ideas y proyectos a sujetos sociales heterogéneos,²⁶ la existencia de una identidad o de identidades empresarias no puede ser tomada como un dato sino que debe observarse como proceso. La centralidad de este proceso –histórica y socialmente situado–²⁷ para la explicación de los fenómenos sociales radica en la manera en que identidad y acción aparecen relacionadas, ya que, si por un lado las identidades sirven como orientadoras de las acciones de los actores, por otro lado cumplen la función de constituir colectivos o grupos de actores que a pesar de sus diferencias se autoidentifican como iguales o similares frente a otros identificados como diferentes. Lo que queda por resolver, si pensamos que en el interior del conjunto del empresariado existen

diferencias y contradicciones, es cuáles son los procesos mediante los que determinadas identidades logran cobrar forma, sentido y adeptos. Esto no quiere decir que necesariamente deba existir una única identidad empresaria, pero incluso en el interior de las diferentes identidades, siempre será posible encontrar diferencias entre los que forman parte de esos aglomerados.

Si tenemos en cuenta algunas conclusiones que se pueden extraer de lo expuesto respecto del problema de las identidades, puede sostenerse que en tanto las acciones que llevan a cabo los empresarios se realizan en función de la identificación de empresarios heterogéneos con un colectivo que se percibe homogéneo, la capacidad simbólica de dar forma a esas identidades pareciera ser tanto o más importante que la posesión de capital económico. Esto es así ya que en tanto se defina a los empresarios como actores políticos,²⁸ importa saber en prosecución de qué fines habrán de movilizar sus recursos. Y la movilización de determinados recursos habrá de tener sentido a partir de la manera en que los actores que emprenden las acciones se autodefinen. En este sentido, si bien es cierto que el conjunto del empresariado es sumamente heterogéneo, existen en su interior mecanismos de autoidentificación en derredor de valores, expectativas y demandas que configuran el sentido de sus acciones.

4. El empresariado argentino: los avatares de la identidad

Se ha sostenido que la manera en que los empresarios constituyen sus identidades juega un papel importante para la comprensión de su comportamiento. Esto es cierto en tanto la manera en que los actores sociales se definen a sí mismos dentro del espacio social sirve como fundamento para sus acciones. También se ha afirmado que las identidades sirven para que conjuntos heterogéneos de actores se vean y actúen como si fueran homogéneos. En este sentido, la hipótesis que sostiene la unidad del conjunto de los empresarios responde, antes que al análisis, a la definición de sentido común de los propios actores. Teniendo esto en cuenta, concluiremos este artículo con una somera referencia al caso argentino para ejemplificar la manera en que el estudio de las identidades empresariales puede constituir una perspectiva de análisis válida para el estudio de los procesos sociales.

Hacia finales de los años ochenta, el país se encontraba sumergido en una crisis económica y social sin precedentes. Esta, fue el punto culminante de un período de diez años durante los que la economía se había ido tornando cada vez más inmanejable para un gobierno con cada vez menor capacidad de acción y respuesta. En ese contexto, el diagnóstico y propuesta de reforma neoliberales adquirieron enorme fuerza, de modo tal que apenas asumido, el gobierno de Menem puso en marcha un programa de orientación liberal que, sintetizado en la apertura de la economía, la desregulación y la privatización de las empresas públicas, provocó profundas transformaciones en la sociedad argentina.

Las razones que hicieron posible que un gobierno democrático aplicara medidas de este tipo fueron múltiples. Junto a la incuestionable existencia de una crisis de gran repercusión, quizás uno de los factores más llamativos haya sido la legitimidad alcanzada por la ideología liberal para explicar las causas de la crisis y proponer una terapéutica para salir de ella. Estas ideas no eran sin embargo novedosas en la política argentina, sino que constituían el eje de las demandas y propuestas sostenidas desde hacía décadas por algunas fracciones del gran empresariado local. Siendo esto así, ¿cuál fue el papel jugado por

el empresariado como propulsor de las reformas llevadas a cabo por el gobierno? Si es cierto que esas reformas eran básicamente coincidentes con las demandas de los grandes empresarios, ¿por qué estas pudieron ser recién puestas en práctica en ese momento y no antes, puesto que no era la primera vez que se las requería? Y, por último, asumiendo que efectivamente el empresariado apoyó la aplicación de ese conjunto de políticas y se tuvo una participación importante en la propagación de las ideas liberales que las justificaban, ¿quién constituía al “empresariado”? ¿Se trataba de todo el conjunto de los empresarios o sólo de una parte de ellos? Puede sostenerse, a modo de hipótesis, que en el momento en que se definió la alternativa neoliberal el conjunto del empresariado se encontraba mucho más unido que lo que había estado históricamente. Esto quiere decir que las diferencias que habían dado lugar a identidades y posicionamientos políticos divergentes, hacia fines de los años ochenta parecían haber perdido importancia. Lo que no queda claro, son los motivos que hicieron posible esa mayor homogeneidad del empresariado.

Este aspecto cobra relevancia si se considera que el empresariado no constituye a priori una categoría homogénea, sino que se encuentra internamente diferenciado. En este sentido, al observar el comportamiento empresarial en las últimas décadas, puede verse que a lo largo del período transcurrido entre el primer gobierno peronista y el golpe de Estado de 1976, dichas diferencias son notorias, y particularmente dos de ellas, que llegaron a constituir verdaderas tensiones en las relaciones interempresariales. Me refiero por un lado, a la distinción entre aquellos que se orientaban al mercado interno y los que privilegiaban los mercados externos. Y, por otro lado, a la diferenciación entre el gran capital y un importante número de empresarios de menor escala. Ambas se habían originado y cobrado forma a partir de la instauración del modelo sustitutivo de importaciones,²⁹ y, por lo tanto, la forma de posicionarse en el escenario político de unos y otros debe ser comprendida en función de lo que este modelo, y el tipo de Estado que lo propiciaba, representaba para ambos. Así, los empresarios pequeños y medianos agrupados en torno a la Confederación General Económica (cge) se encontraban alineados con el peronismo y los gobiernos civiles en general. Por el contrario, los grandes empresarios reunidos en entidades como la Unión Industrial Argentina (uia) y la Sociedad Rural Argentina (sra), se presentaban como los defensores del liberalismo económico y veían en el peronismo un acérrimo adversario político y en todos los gobiernos democráticos una potencial amenaza a sus intereses. Por este motivo, el gran empresariado nunca dudó en apoyar y brindar sustento ideológico a los reiterados golpes de Estado.³⁰

Si bien la tensión entre ambos grupos de empresarios fue manifiesta a lo largo de todo el período, adquirió características dramáticas con el retorno del peronismo al poder en 1973. Para los grandes empresarios, ese triunfo (y la llegada de un hombre de la cge al Ministerio de Economía) implicaba que sus intereses se hallaban en peligro e incluso, para algunos de sus ideólogos, que era la propia sociedad capitalista la que peligraba. En este contexto, se ocuparon de plantar su posición ante el rumbo adoptado por la política económica rechazando “el modelo de sociedad y Estado identificados con el peronismo”,³¹ y frente a la incapacidad del gobierno de controlar la crisis, dictaminaron un diagnóstico del que se deducía que la única forma de superarla era aplicando conocidas recetas liberales. Mirado retrospectivamente, lo que llama la atención no es la postura (en absoluto original) del gran empresariado, sino el limitado alcance de su prédica para captar adeptos incluso entre el conjunto de los propios capitalistas. Finalmente, algunas de las políticas que aparecían en el centro de aquellas demandas fueron impuestas de la mano de sus aliados tradicionales: los militares.

El retorno de la democracia marcó para los empresarios un punto de ruptura. Luego de la dictadura militar iniciada en marzo de 1976, los empresarios que tradicionalmente habían enfrentado a los gobiernos civiles dejaron de considerar a los militares como una opción viable para alcanzar sus objetivos políticos.³² Por otro lado, el triunfo del radicalismo les hizo notar que democracia y peronismo habían dejado de ser sinónimos. Al mismo tiempo, la política encarada por el gobierno radical contra los sindicatos en los primeros tiempos de su gestión también fue bien

recibida. Por otra parte, durante la dictadura se produjo una acentuada alteración de las configuraciones de poder. Las consecuencias de ese proceso que modificó radicalmente el mapa social del país, dieron como resultado una mayor polarización que supuso a su vez modificaciones profundas al interior de cada uno de los polos. En lo que respecta a los sectores populares, se inició un proceso de fragmentación que se profundizaría luego y que debilitaría su capacidad política. Por el lado de los empresarios, la política económica implementada por Martínez de Hoz benefició a algunos grandes empresarios, al tiempo que perjudicó a un importante número de pequeños y medianos ligados a la cge, provocando incluso la desaparición de numerosas empresas. A su vez, tanto por la pérdida de poder económico como por la reconfiguración política impuesta por la dictadura, la cge dejó de representar sus intereses y la uia asumió un rol preponderante luego de la reformulación de su estatuto (que la hacía más representativa). Por otra parte, en tanto el Estado con el que se veían identificados (y del que dependían) los empresarios cercanos a la cge estaba dando muestras de agotamiento, sus argumentos perdieron fuerza y seguidores. En lo que respecta a los grandes empresarios, si bien no todo era coincidencias entre ellos, había un acuerdo general respecto de la necesidad de propulsar una salida liberal a la crisis,³³ acuerdo que se fue intensificando a medida que la crisis se hacía más profunda y evidente.

De este modo, con el frente que se había antes aglutinado en la cge debilitado, y en un contexto local e internacional favorable a esas ideas, los grandes empresarios comenzaron a articular un discurso liberal para explicar los motivos de la crisis. La novedad de los años ochenta (en particular luego del fracaso del Plan Austral) era que la prédica liberal comenzaba a tener mucha más fuerza y a mostrarse más convincente de lo que había resultado anteriormente. En términos ideológicos esto puede explicarse por la creciente presencia de estas ideas en el plano político internacional y por el hecho de que durante la dictadura militar se había abierto un espacio para la prédica de las ideas liberales³⁴ que le había dado a estas la posibilidad de convertirse en un marco de referencia válido. Sin embargo, la efectividad de dicho discurso no debe ser analizada separadamente del contexto en el que este se insertó: la Argentina de los años ochenta se encontraba indudablemente atravesada por una profunda crisis y contaba con un Estado agonizante. No era sin embargo la demostración de esos hechos lo que estaba en juego, sino la manera en que el problema político habría de ser definido. Aportar las causas (el diagnóstico) implicaba, al mismo tiempo, aportar la cura. El éxito de la ideología liberal, por lo tanto, se explica en parte por la manera en que fue capaz de proveer una interpretación razonable y creíble para una crisis que era evidente a los ojos de todos.

Esta ideología identificaba como causante de todos los males a la limitación del libre desarrollo de las fuerzas del mercado.³⁵ Sin embargo, si antes del golpe los discursos se dirigían al peronismo y el tipo de sociedad que este representaba como los causantes de ese problema, en los años ochenta estos hicieron hincapié, sin mediaciones, en el tipo de Estado y las consecuencias de su intervención en la economía. El Estado comenzó a constituirse entonces en el enemigo del empresariado; un enemigo que, por sus acciones intervencionistas lesionaba no sólo sus "intereses particulares sino que perjudican al conjunto de la sociedad".³⁶ Una vez más, la alternativa para solucionar todos los males era la aplicación de una fórmula liberal que en poco difería con aquella que se venía proponiendo hacía años. Sin embargo, si la alternativa liberal no había sido exitosa para captar adeptos durante el último gobierno de Perón, en la segunda mitad de los años ochenta pudo observarse una preponderancia de esta ideología que dio lugar a una ruptura respecto al lugar que esta había ocupado en épocas anteriores.³⁷ La crítica al Estado se centraba fundamentalmente en su "agigantado" tamaño y su ineficiencia; las soluciones se resumían en la desestatización, la apertura económica y la desregulación. Lo novedoso, si pensamos en el conjunto del empresariado, fue que la lectura de los grandes fue aceptada como válida (en líneas generales) por la totalidad de los empresarios (por no mencionar otros actores sociales), más allá de las diferencias que antes los habían dividido. Esto quizá pueda ser explicado por la manera en que la ideología liberal constituyó al modelo de Estado en que se encontraba encaramado el radicalismo en su adversario político.

Ahora bien, ¿cuál es el papel jugado por las identidades empresariales en este proceso? Si estas son útiles para que un grupo se reconozca como tal y consolide su cohesión, podría pensarse que la manera en que el conjunto del empresariado, históricamente enfrentado, cerró filas detrás del proyecto liberal, puede ser interpretada a partir de la manera en que, a lo largo de los años ochenta, se constituyeron las identidades empresarias. En este sentido, podría sostenerse que en el período 1983-1989 se produjo un proceso que homogeneizó a los empresarios y generó una serie de acuerdos respecto de la manera de actuar políticamente frente a la crisis, que tuvo consecuencias sobre el tipo de medidas que se aplicaron para salir de la crisis así como, fundamentalmente, sobre la forma en que esas medidas fueron instrumentadas.³⁸ Si esto es así, lo que habría que analizar es la manera en que, en el transcurso de esos años, las diferencias ideológicas o identitarias preexistentes entre los diferentes empresarios fueron suprimidas, o puestas entre paréntesis, considerando tanto las transformaciones sociales producidas por la dictadura y la dinámica social de los años ochenta como los procesos de constitución de identidades dentro del empresariado.

Por otro lado, afirmar que en la manera en que actuaron políticamente los empresarios intervinieron ciertas identidades, no hace más que abrir una serie de preguntas. En primer lugar, cabe preguntarse sobre la relación que podría establecerse entre la existencia de identidades particulares y el éxito de la prédica liberal. Es decir, ¿hasta qué punto fue necesario el énfasis en el Estado ineficiente para lograr las adhesiones?, ¿de qué manera se relacionan dichas adhesiones con la manera en que el Estado se constituyó, al menos retóricamente, en el enemigo político del gran empresariado?

En este punto, cabría preguntarse por la medida en que el Estado tal y cual existía representaba realmente una amenaza para los grandes empresarios. En principio, pareciera que si bien este se encontraba identificado con el Estado intervencionista que estos empresarios repudiaban, no parecía mostrarse demasiado hostil a sus intereses. Quizá pueda pensarse que el verdadero temor lo constituía la posibilidad del retorno del peronismo al poder, y que por ese motivo las críticas y demandas de reformas estructurales se fueron intensificando a medida que se acercaba el fin del mandato de Alfonsín. Si esto es así, cabe preguntarse: ¿en qué medida esas "amenazas" que aparecen como uno de los elementos constitutivos de las identidades eran "reales" y en qué medida "virtuales"? ¿Podría pensarse en la posibilidad de que amenazas y enemigos políticos sean contruidos por determinados grupos con el objetivo de conseguir adhesiones? Es decir, ¿se podría pensar la manera en que el gran empresariado enfrentó ideológicamente al Estado radical como una estrategia política?

Encontrar respuesta a algunas de las cuestiones planteadas requiere un análisis que excede los objetivos y posibilidades de este artículo. Sin embargo, creo que su mero planteo deja en claro que la posición ocupada por los actores sociales en la estructura productiva y la cantidad de capital económico que ellos poseen no es suficiente para explicar la complejidad de los procesos sociales. Como hemos visto, la realidad social puede ser abordada e interpretada desde diferentes perspectivas. En tanto la manera en que esa realidad es interrogada depende de las preguntas de que se parta y de las herramientas conceptuales con las que se cuente, pienso que si el aporte realizado por los estudios sobre el empresariado centrados en su dimensión económica es indiscutible, también es lícito preguntarse por algunas cuestiones como las que aquí se han planteado utilizando preguntas y conceptos habituales en otros campos de interés. Tal vez sea posible encontrar, a partir de una comunicación entre diferentes ámbitos del saber, la manera de formular algunas cuestiones que sirvan para comprender mejor la complejidad de los procesos sociales.

Bibliografía

Acuña, C., "El análisis de la burguesía como actor político", Realidad Económica, N° 128, Buenos Aires, 1995.

Acuña, C., "Intereses empresarios, Dictadura y Democracia en la Argentina actual (O, sobre porque la burguesía abandona estrategias autoritarias y opta por la estabilidad democrática)", en: La nueva matriz política argentina, Buenos Aires, Nueva Visión, 1995.

Arditi, B., "Rastreado lo político", Revista de Estudios Políticos (Nueva Época), N° 87, 1995.

Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C. y Passeron, J.-C., El oficio de sociólogo, México, Siglo xxi Editores, 1995.

Brubaker, R. y F. Cooper, "Más allá de la identidad", Apuntes de Investigación del CECyP, N° 7, Buenos Aires, 2001.

De Ipola, E., "Las cosas del creer (Amenaza, creencia e identidad)", Sociedad, N° 5, Buenos Aires, 1994.

Diniz, E., "Empresario e projeto neoliberal em América Latina: uma avaliação dos anos '80", Revista Dados, Vol. 34, N° 3, Río de Janeiro, 1991.

Durand, F., "Nuevos empresarios (y algunos viejos problemas)", Nueva Sociedad, N° 151, Caracas, 1997.

Grimson, A., Interculturalidad y comunicación, Buenos Aires, Norma, 2000.

Heredia, M., "En busca del eslabón perdido : las críticas liberales al Estado populista (1973-1976)", Buenos Aires, mimeo, 2000.

McAdam, D., McCarthy, J. y Zald, M. "Oportunidades, estructuras de movilización y procesos enmarcadores: hacia una perspectiva sintética y comparada de los movimientos sociales", en: Movimientos sociales: perspectivas comparadas, Madrid, Itsmo, 1999.

Melucci, A., "Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales", Zona Abierta, N° 69, Madrid, 1994.

Nader, L., "Up the Anthropologist – Perspectives Gained from Studying Up", en: Cole, J. (ed.), Anthropology for the nineties, Nueva York, The Free Press, 1988.

Offe, C. y H. Wiesenthal, "Two Logics of Collective Action: Theoretical Notes on Social Class and Organizational Form", en: Zeitling, M. (comp.), Political Power and Social Theory, JAI Press, 1980.

Olson, M., The Logic of Collective Action, Harvard University Press, 1977.

Pizzorno, A., "Algún otro tipo de alteridad: una crítica a las teorías de la elección racional", *Sistema*, N° 88, 1989.

Pizzorno, A., "Identidad e interés", *Zona Abierta*, N° 69, Madrid, 1994.

Rouquié, A., *Poder militar y sociedad política en Argentina*, Buenos Aires, Emecé, 1982.

Schmitt, C., *El concepto de lo político*, Madrid, Alianza Editorial, 1999.

Sidicaro, R., "Identidades políticas y adversarios sociales", *Relato*.

Sidicaro, R., "Los grandes empresarios argentinos contra el Estado", *El Bimestre Político y Económico*, N° 42, Buenos Aires, 1989.

Tilly, Ch., "Acción colectiva", *Apuntes de Investigación del CECyP*, N° 6, Buenos Aires, 2000.

Weber, M., "Conceptos sociológicos fundamentales", en: *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996.

Notas:

* Este artículo pertenece a la etapa inicial de un proyecto de investigación sobre el empresariado argentino y sus relaciones con el Estado presentado en el conicet en agosto de 2000 bajo la dirección de Lucas Rubinich. La intención que lo guía no es otra que la de dar cuenta de algunos interrogantes y dificultades que se han presentado al comenzar a definir mi objeto de estudio.

1 Melucci, A., "Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales", *Zona Abierta*, N° 69, Madrid, 1994.

2 Al respecto véase, Nader, L., "Up the Anthropologist – Perspectives Gained from Studying Up", en: Cole, J. (comp.), *Anthropology for the Nineties*, Nueva York, The Free Press, 1988.

3 No es mi propósito ser exhaustivo ni abarcar la totalidad de los estudios existentes sobre los empresarios sino reflexionar sobre la manera en que algunos problemas aparecen planteados entre los más difundidos, los que representan una referencia obligada por su valioso aporte al conocimiento del empresariado argentino. Sin embargo, siendo el abordaje predominante el económico, hay ciertas preguntas que, por cuestiones disciplinarias, no suelen plantearse. Pienso que es tarea de la sociología dar cuenta de algunas de ellas, como es el caso, por ejemplo, del problema de la acción.

4 La discusión que emerge en este punto, remite a la cuestión de si el empresariado (o la "burguesía"), puede ser considerado un actor político. Véase al respecto, Acuña, C., "El análisis de la burguesía como actor político", *Realidad Económica*, N° 128, Buenos Aires, 1995.

5 Rouquié, A., *Poder militar y sociedad política en Argentina*, Buenos Aires, Emecé, 1982.

6 La complejidad de la acción ha sido tratada por Max Weber. Esta se hace evidente en el hecho de que acciones semejantes pueden ser realizadas por motivos diversos, mientras que motivos semejantes pueden vincularse a diferentes formas de acción. Al mismo tiempo, es posible que los "motivos" de un sujeto respondan en realidad a otros, más profundos y desconocidos por él. Por otro lado, puede ocurrir que las consecuencias de las acciones sean inesperadas y no se correspondan con los deseos de los actores. (Weber, M., "Conceptos sociológicos fundamentales", en: Economía y sociedad, México, Fondo de Cultura Económica, 1996.)

7 Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C. y Passeron, J.-C., El oficio de sociólogo, México, Siglo xxi Editores, 1995.

8 Marx, C., Introducción general a la crítica a la economía política, citado en: Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C. y Passeron, J.-C., El oficio de sociólogo, México, Siglo xxi Editores, 1995.

9 Hago referencia con los términos "empresarios" y "empresariado" a aquellos "que toman decisiones en función de los intereses del sector capital". Sobre la diferencia entre empresariado y burguesía, véase Acuña, C., op. cit.

10 Véase Offe, C. y Wiesenthal, H., "Two Logics of Collective Action: Theoretical Notes on Social Class and Organizational form", en: Zeitling, M. (comp.), Political Power and Social Theory, JAI Press, 1980.

11 El problema de la representación se liga al de la acción colectiva en la medida que en la definición de esta última suele intervenir un grupo reducido que se presenta como el portavoz de todo el conjunto, siendo las demandas enunciadas no en nombre propio sino en nombre de los otros, lo que les otorga legitimidad. (Tilly, Ch., "Acción colectiva", Apuntes de Investigación del CECyP, N° 6, Buenos Aires, 2000.)

12 Esta diversidad puede verse en las tensiones existentes entre diferentes corporaciones representantes del empresariado. El ejemplo típico en el caso de Argentina, es el enfrentamiento que durante años mantuvieron las entidades más tradicionales del empresariado con la Confederación General Económica. Asimismo, son elocuentes las disputas existentes en el interior de la Unión Industrial Argentina luego de su reestructuración tras la dictadura militar y las diferencias (de intereses, estrategias y recursos) entre las distintas entidades representantes del "campo".

13 En particular, las diferentes formas que tienen de relacionarse con el Estado, para lo que es indispensable tener en cuenta también el poder político y simbólico que poseen.

14 Un problema adicional que se desprende de esta problemática se relaciona con los "límites" que se han de imponer al grupo que se constituye en objeto de estudio. En la teoría de la acción colectiva de M. Olson, el "tamaño" de los grupos es importante en tanto determina la forma de intervención de sus miembros en la acción. Si tomamos este supuesto como válido, cabe preguntarse: ¿cómo se establece el "tamaño" de un grupo? ¿Dónde habremos de trazar los límites (que definirán su tamaño) entre el adentro y el afuera? Véase, Olson, M., The Logic of Collective Action, Harvard University Press, 1977.

15 Melucci, A., op. cit.

16 Según los autores, los trabajadores deben, a diferencia de los empresarios, organizar intereses definiéndolos, del mismo modo que los objetivos y los parámetros de realización, mediante un proceso de lucha y diálogo, por lo que la realización de sus intereses depende al tiempo que es resultado de la acción colectiva. Offe, C y Wiesenthal, H., op. cit.

17 Definida en un sentido amplio como "base para la acción política", la identidad no es más que el resultado de un proceso en que se constituye un sentido. Véase Brubaker, R. y Cooper, F., "Más allá de la identidad", Apuntes de Investigación del CECyP, N° 7, Buenos Aires, 2001.

18 Melucci, A., op. cit.

19 McAdam, D., McCarthy, J. y Zald, M., "Oportunidades, estructuras de movilización y procesos enmarcadores: hacia una perspectiva sintética y comparada de los movimientos sociales", en: Movimientos sociales: perspectivas comparadas.

20 Pizzorno, A., "Algún otro tipo de alteridad: una crítica a las teorías de la elección racional", Sistema, N° 88, 1989.

21 Sidicaro, R., "Identidades políticas y adversarios sociales", Relato.

22 De Ipola, E., "Las cosas del creer (Amenaza, creencia e identidad)", Sociedad, N° 5, Buenos Aires, 1994.

23 Schmitt, C., El concepto de lo político, Madrid, Alianza Editorial, 1999.

24 Ardití, B., "Rastreado lo político", Revista de Estudios Políticos (Nueva Época), N° 87, 1995.

25 De Ipola, E., op. cit.

26 Sidicaro, R., op. cit.

27 "Ningún grupo o persona tiene una identidad, sino que se identifican de ciertas maneras o de otras en contextos históricos específicos y en el marco de relaciones sociales localizadas", por lo que anular el carácter relacional e histórico "implica ocluir una dimensión constitutiva de toda relación de desigualdad: no hay identidad fuera de las relaciones de poder" (Grimson, A., Interculturalidad y comunicación, Buenos Aires, Norma, 2000.)

28 Véase Acuña, C., op. cit.

29 Los grandes empresarios veían en el modelo impulsado por el peronismo una amenaza tanto por las políticas redistribucionistas aplicadas como por el rol activo otorgado al Estado y las consignas partidarias contrarias al capital [Acuña, C., "Intereses empresarios, Dictadura y Democracia en la Argentina actual (O, sobre por qué la burguesía abandona estrategias autoritarias y opta por la estabilidad democrática)", en: La nueva matriz política argentina, Buenos Aires, Nueva Visión, 1995.]

30 Acuña, ibídem.

31 Heredia, M., "En busca del eslabón perdido: las críticas liberales al Estado populista (1973-1976)", Buenos Aires, mimeo, 2000.

32 Durante la última dictadura, los militares se habían mostrado más impredecibles y habían puesto más restricciones que antes para el acceso de los empresarios a la toma de decisiones. Al mismo tiempo, la política económica de la dictadura sólo había beneficiado a un reducido grupo de empresarios incrementando la concentración y perjudicando (e incluso propiciando la desaparición) de un gran número de ellos. Véase Acuña, C., op. cit.

33 Este acuerdo no se encontraba sin embargo exento de contradicciones, ya que muchos de los grandes empresarios locales dependían de la forma en que se relacionaban con el Estado y de sus contratos. Esto se hará evidente cuando, al momento de lanzarse las reformas económicas en la década del '90, esas contradicciones se plasmen en las demandas de políticas puntuales de algunos grupos de empresarios. Sin embargo, al menos en términos retóricos, había por parte de los grandes empresarios un encolumnamiento detrás de la concepción liberal de las relaciones entre mercado, Estado y sociedad.

34 Sidicaro, R., "Los grandes empresarios argentinos contra el Estado", El Bimestre Político y Económico, N° 42, Buenos Aires, 1989.

35 Diniz, E., "Empresario e projeto neoliberal em América Latina: uma avaliação dos anos '80", Revista Dados, Vol. 34, N° 3, Río de Janeiro, 1991.

36 Sidicaro, R., op. cit.

37 Diniz, E., op. cit.

38 Debe destacarse que si bien estas identidades jugaron un rol fundamental en dicho proceso, no pueden ser interpretadas aisladas del contexto en el que se formaron y cobraron sentido.