

La fenomenología y el emprendimiento

Clara Inés Orrego Correa

clara.orrego@upb.edu.co - corregoc@upb.edu.co

Administración de Empresas, Universidad Cooperativa de Colombia.
Especialización en Gerencia Educativa, Fundación Universitaria CEI-PA. Maestría en Ciencias de la Administración, EAFIT. Estudiante de doctorado en Ciencias de la Administración, EAFIT. Coordinadora de la Maestría en Administración, Escuela de Ciencias Estratégicas, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín. Miembro del Grupo de Investigación de Estudios Empresariales de la UPB.

Correspondencia: Calle 7 No 83-31 Apto 503. Medellín (Colombia).

Resumen

Este artículo tiene como objetivo presentar una aproximación al marco teórico de la tesis doctoral “*La fenomenología y el emprendimiento*”. Puntualiza las debilidades teóricas del emprendimiento como herencia de la administración; efectúa una mirada al emprendimiento como fenómeno cultural desde el punto de vista de la sociología y, finalmente, los vínculos con la responsabilidad social como fuente de renovación. Así, la fenomenología, según la perspectiva humana, propone aproximarse al emprendimiento como reconocimiento de la voluntad en la búsqueda del sentido humano.

Palabras clave: *Emprendimiento, enseñabilidad, enseñanza, formación, voluntad, dimensión humana.*



Abstract

This article aims at presenting an approach to the theoretical framework discussed in the doctoral thesis “*Entrepreneurship Teaching as the Formation of the Will.*” It points out the theoretical weaknesses of the Entrepreneurship as heritage from Administration; it also takes a brief look at Enterprise as a cultural phenomenon from the Sociological point of view and, finally, the connections to social responsibilities as renovation source are presented. Phenomenology, then, according to human perspective, proposes the approach to entrepreneurship as acknowledgement of will and the search for human dimension.

Keywords: *Entrepreneurship, education, training, will, the human dimension.*

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas se ha evidenciado en el ambiente académico y empresarial *el auge del emprendimiento*, con la participación de instituciones públicas, privadas y sociales. El surgimiento de este campo de conocimiento se inscribe dentro de la disciplina de la administración y puede atribuirse a varios fenómenos: de un lado, a la velocidad de los cambios tecnológicos, a los procesos de la globalización, y de otro, a la necesidad de revivir el emprendimiento empresarial que ha caracterizado la humanidad, enriquecido el mundo y la cultura y ha sido importante motor del progreso humano.

En el ámbito académico, el emprendimiento ha sido calificado por algunos estudiosos como un campo emergente, como una disciplina en etapa de construcción, y entre ellos hay quienes argumentan que su debilidad estriba en la etapa preteórica en la que se encuentra; sin embargo, evidencia en las últimas décadas un incremento en las publicaciones de los principales *journals* de administración y emprendimiento (Busenitz y otros, 2003, p. 286).

En este escenario de múltiples alternativas es inevitable visualizar este campo de conocimiento y entender las preocupaciones de algunos autores por construir un marco teórico que pueda responder, por un lado, a las exigencias de científicidad y, por el otro, a las dimensiones de la persona en la perspectiva la formación humana, como propone la autora en su tesis doctoral (en desarrollo).¹

2. LAS DEBILIDADES TEÓRICAS DEL EMPRENDIMIENTO: HERENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Busenitz y su grupo de investigadores (2003, p. 286) afirman que la investigación sobre el emprendimiento ha permitido comprender la permeabilidad de los límites de este nuevo campo y reconocer la interacción y los cambios intelectuales con otras áreas del conocimiento. Coinciden

¹ Proyecto aprobado para desarrollar la tesis "Enseñabilidad del emprendimiento como formación de la voluntad", Doctorado en Administración de EAFIT, 2009.

estos autores en que los límites rezagan su legitimidad. A propósito de esto, el hecho de que la administración ha carecido de una epistemología propia y, en consecuencia, que haya estado dominada por ideologías y modas que van y vienen con los modelos económicos, de igual manera la formación del emprendimiento ha estado representada en un conjunto de manuales, técnicas, planes y procedimientos a la sombra del paradigma dominante².

Según esta mirada, la concepción del ser humano ha sido muy reducida; aparece como un abstracto, un objeto económico, un individuo sin cultura y a veces sin identidad, inscrito en el mundo de la lógica y de la instrumentalización. Es pues bajo la mirada del negocio como ha sido guiado tradicionalmente el emprendimiento; por esto es cada vez más importante recuperar las dimensiones sociales que recrean su formación y que fundamentan precisamente este documento.

Husserl, el máximo exponente de la fenomenología, en su postura crítica de la modernidad, afirma: “*Ante todo es necesario liberar al sujeto de su positivización*”; esto se logra con la propuesta de reconstruir las relaciones del mundo de la vida y reubicar las ciencias producto de la actividad del hombre (Hoyos & Vargas, 1996, p. 118).

Otra de las dificultades que presenta el emprendimiento tiene que ver con la normatividad que acompaña su desarrollo, toda vez que se sustenta en metodologías para preparar, formular y evaluar proyectos y en su gestión, y en el abordaje asistemático y acrítico de sus componentes técnicos. No obstante, se dejan de lado aspectos que tienen que ver con la realidad social, con la problemática humana, con su significado; como expresan Hoyos y Vargas (1996): “*Se trata de salvar los fenómenos, mostrar al mundo las vivencias intencionadas*”; en el presente caso, se pretende poder dar razón de las dimensiones humanas relacionadas con la mentalidad

² Corresponde al paradigma de la sociedad industrial en la que impera el progreso material, el desarrollo económico y tecnológico. Desde este ángulo se aprehende el conocimiento racional y se reconocen el método científico, la objetividad y la metodología cuantitativa. De esta forma, la visión del ser humano se torna reduccionista y subordinada al orden y a un modelo de sociedad exterior.

transformadora y la capacidad de generar nuevas ideas, lo cual permite deducir la relación con la convicción que se adquiere, se construye y que está asociada, entre otros, al fortalecimiento de la voluntad.

Respecto de la investigación que apoya este nuevo campo, Urbano (2007)³ afirma que el emprendimiento se encuentra en su fase inicial, adolece de un buen marco teórico y la mayoría de las investigaciones realizadas han sido de carácter descriptivo. Además, que en su mayoría han utilizado metodologías de tipo estadístico y a la fecha existen muy pocos estudios comparativos, longitudinales, de carácter cualitativo y explicativo.

Con esta declaración puede afirmarse que el emprendimiento se halla en una etapa adolescente, y, en términos de investigación, es lícito reconocer que hay algunos avances de tipo empírico, que, aunque reflejan un creciente interés por el análisis realizado en publicaciones especializadas, requieren consolidarse a partir del tratamiento según otros enfoques y niveles.

De conformidad con la mirada humana de la administración, el emprendimiento se considera una práctica social, susceptible de entenderse según la expresión de la conducta humana, razón por la cual se adopta una concepción más amplia y se acepta la contribución multidisciplinar de las Ciencias Sociales en este campo. Desde este punto de vista, se orienta el aprendizaje personal y organizacional, en el desarrollo de acciones transformadoras del contexto, en el cual el sujeto potencia sus dimensiones sociales, para emprender y construir tejido social.

En concordancia con lo anterior, *puede afirmarse que no se ha explorado suficientemente el estudio del emprendimiento desde la dimensión humana*, el cual parte de la noción fundamental del sujeto (subjectividad), hasta configurarse en la experiencia de interdependencia con los otros (intersubjetividad) a través del reconocimiento de la voluntad personal y común.

³ Seminario de Creación de Empresas. Universidad EAFIT, marzo de 2008. Docente: David Urbano

Hecha esta claridad, es esencial entender en primera instancia la relación de la fenomenología con las Ciencias Sociales. Veamos:

Según Chanlat, las Ciencias Sociales son todas las que se ocupan de hacer inteligible la vida social en su totalidad o en uno de sus aspectos (2002, p. 19). En general, los fenómenos humanos han sido estudiados según dos perspectivas; cientifista-objetivista y humana-subjetivista. Con el ánimo de legitimar la concepción humana de la administración y del emprendimiento, se considerará la segunda perspectiva y, frente a las diferentes posturas teóricas, se optará por hacer un acercamiento a los procesos sociales cuya finalidad es el estudio de la conducta humana.

Como punto de partida para legitimar las Ciencias Sociales se ha identificado que el conocimiento incluye, entre otras exigencias, la *descripción*, y esto equivale también a nombrar y darle vida a un fenómeno, que antes era desconocido, como lo expresa el autor mencionado en la siguiente cita:

[...] lo mismo sucede con las ciencias sociales. Antes de explicar y comprender un fenómeno humano en su dinámica, es necesario poseer los datos que lo describan y, por lo mismo, lo hacen existir” (2002, p. 24).

Continúa argumentando Chanlat que la descripción debe ir acompañada de una explicación y, por ende, de la comprensión, lo que significa poner en juego valores, experiencias, deseos y significaciones.

Según la concepción humana de la administración, el emprendimiento es una actividad propia del ser humano, es parte de su esencia, no es ajeno a sí mismo; es en su ser interior donde se produce la convicción para enfrentar la acción exterior, realización que implica encarar las incertidumbres presentes en el contexto.

Así, desde el punto de vista de la fenomenología, llegar a la esencia del emprendimiento implica analizar la conducta concreta de emprender, que tiene que ver con el mundo de la vida⁴ donde interactúan las perso-

⁴ Para Hoyos y Vargas (1996), *el mundo* es primero que todo horizonte, pluralidad y diversidad, contexto universal de sentido y fuente inagotable de orientación y validación de

nalidades de orden superior 5 y con la relación que los une, de tal forma que se pueda aprehender esta realidad social.

Así, por el lado de la sociabilidad se comprende cómo cada persona participa en un mundo con sus aspiraciones, valores y significados; como lo expresa Husserl: “*cada persona es un mundo cósmico o una desnuda naturaleza*” y en su participación con el otro produce una unidad del hacer común. Esta relación con los otros para emprender acciones entrelaza las conciencias en la búsqueda de un propósito conjunto. “En cualquier caso, se trata aquí de comunidades de voluntades de personas determinadas que están de acuerdo, incluso inmediatamente, como sujetos volitivos” (1987, p. 183).

3. LA SOCIOLOGÍA Y EL FENÓMENO CULTURAL DEL EMPRENDIMIENTO

De otro lado, el emprendimiento constituye un fenómeno cultural que encierra conductas, valores, creencias y modos de actuación, con la intencionalidad de generar bienestar social en una comunidad; a su vez, la cultura constituye una variable importante, tanto para el proceso de desarrollo de la idea emprendedora como para la acción o puesta en marcha.

Desde un enfoque filosófico, expresado en el pensamiento de Husserl⁶, explicitar la correlación entre el hombre, su realidad y el mundo de las

nuestras aserciones. *El mundo de la vida* menciona una subjetividad que experimenta el mundo anterior, le otorga sentido, y, en la comunicación, le otorga validez.

⁵ Husserl enuncia: “Ahora bien, hemos de distinguir entre personalidades de orden superior, como auténticas asociaciones personales y comunidades únicamente comunicativas, como unidades de acción; un lenguaje no surge como una constitución en los Estados parlamentarios” (Husserl, 1987, p. 202).

⁶ Edmund Husserl, fundador de la fenomenología, nació en Prosznitz, Moravia en 1859. Estudió matemática y filosofía en Halle, donde se ejercitó como profesor hasta 1901; luego se trasladó a Gotinga, donde fue nombrado profesor titular hasta 1906. Posteriormente viajó a Friburgo, donde se jubiló y murió en 1938. Durante su vida publicó algunos escritos fundamentales como *Investigaciones Lógicas* (1901), *Filosofía como ciencia estricta*, y más tarde su libro fundamental *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. En 1929 publicó *Lógica formal y lógica trascendental* y *Ensayo de una crítica de la razón lógica* y dos años más tarde *Meditaciones cartesianas*. Dos años antes de su muerte se conoció la primera parte del libro *Crisis de las Ciencias Europeas*, pero la mayoría de sus investigaciones permanece inéditas (Hoyos & Vargas, 1996, p. 1).

cosas, es decir, la estructura de la experiencia humana, es lo que se ha llamado fenomenología. (Herrera, 1998, p. 50)

En la fenomenología, el lugar donde se desarrolla la cultura se denomina el mundo social o campo de acción que se organiza alrededor de la persona, según sus planes y significaciones, sin dejar atrás la idea de que este mundo implica posibilidades para otras personas. Al respecto Schutz afirma: “No puedo comprender una cosa social sin reducirla a la actividad humana que la ha creado, y, más allá de ello, sin referir esta actividad humana a los motivos que la originan” (2003, p. 23).

Además, en la sociología, desde cuya perspectiva se comprenden los fenómenos sociales, se reitera la necesidad de apoyarse en otras ciencias. Para el caso del emprendimiento, se acudiría, entre otras, a la antropología filosófica, que considera al hombre dentro del mundo desde el punto de vista natural y socio-cultural; así explica Schutz la naturaleza de esta realidad:

La índole biológica del hombre está en la base de su sistema de necesidades y de su orden jerárquico, mientras que su índole espiritual determina las formas de su conocimiento y ambas son el cimiento de la realidad social y cultural. (2003, p. 144).

Es decir, la fenomenología parte de la noción fundamental de sujeto para comprender su realidad y su sentido común, toda vez que cada individuo integra un mundo particular, en el cual no sólo hay objetos sino otros semejantes, *alter egos*, como los denomina Schutz, los cuales actúan en circunstancias típicamente similares y constituyen su acervo de conocimiento (2003, p. 20).

La realidad social y la experiencia del hombre no son dos actividades separables y analizables independientemente, es decir, es vital darle sentido a la vida cotidiana, “es a través de nuestra experiencia que la realidad adquiere un sentido” (Herrera, 1998, p. 18). En este caso, el hecho social de emprender tiene que ver, no sólo con encontrar la esencia del emprendimiento sino con la realidad del mundo de la vida que aporta la acción de emprender.

Según este panorama, el ser humano es un ser cultural, que experimenta el mundo social en términos de motivaciones; de acuerdo con esto, desempeña ciertos comportamientos, se ajusta a valores, y especialmente se dispone creativamente para emprender como *un acto de sentido*; a su vez, se siente determinado por las valoraciones positivas o negativas e influenciado por sus coterráneos.

Herrera (1998, p. 13) explica de manera general la construcción de sentido:

“Para el fenomenólogo la idea de “dato” tan importante para el realista, implica la idea de don, la idea de don implica la idea de encuentro y la idea de encuentro presupone la idea de promoción. Esta promoción implica que el mundo de la vida esta “ya dada” antes que la conciencia. Solo que lo que nos interesa no es el mundo por lo que es, sino por el significado que puede tener y por el significado que de hecho tiene a partir de los intereses, proyectos e intencionalidades del hombre como sujeto”.

Con un enfoque similar se toma como referente la innovación. Weick (2003, p. 66) señaló igualmente la importancia de la construcción de sentido como la idea principal en la comprensión del concepto de la organización, el cual es clave al intentar comprender la naturaleza del emprendimiento. Plantea que los individuos deben ser capaces de leer en su contexto todas aquellas formas portadoras de significación o, en su defecto, buscar alternativas de resiliencia⁷ que motiven a reconstruir otras formas de hacer como signos de expresión del potencial humano para vencer las dificultades naturales.

Por su origen, su emergencia y su dinámica, y por tratarse de un fenómeno de la sociedad específico de la cultura hispanoamericana, en las dos últimas décadas el campo del emprendedor se ha explorado muy poco, especialmente como resultado de la significación cultural particular. Pereira lo confirma: “[...] en el campo del emprendimiento esta dimensión

⁷ La resiliencia es la capacidad de una persona o grupo para seguir proyectándose en el futuro a pesar de acontecimientos desestabilizadores, de condiciones de vida difíciles y de traumas a veces graves. Se trata de un término original de las Ciencias Físicas.

sociológica e histórica no se ha trabajado y se ha dejado así con una característica de ser un campo de investigación asocial y atemporal” (2007, p. 19).

Aunque aún este nuevo campo tiene el reto de revisar sus debilidades para consolidarse teóricamente como disciplina, es honesto reconocer que ha proporcionado bienestar a diferentes grupos humanos que encuentran en el emprendimiento un proyecto de vida con el diseño y puesta en marcha de una empresa. Es así cómo se ha sido aprovechado por instituciones privadas y públicas, que, con el propósito de promover el espíritu empresarial, orientan desde las distintas estructuras de poder estas propuestas; es el caso del Estado, que en el año 2006 decidió proponer la ley 1014, que exige a las universidades a tener una unidad de emprendimiento.

4. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO FUENTE DE RENOVACIÓN

De conformidad con la mirada mercantil de la economía, es común encontrar en el pensamiento tradicional schumpeteriano la identificación de *emprendedor* con el sujeto comercial que articula innovadoramente los distintos factores de producción tomando algunos riesgos; sin desconocer la importancia de este pensamiento objetivista, la noción que va ser tenida en cuenta en este artículo es precisamente aquella que propone relevar la *significación del emprendimiento desde la subjetividad*.

A partir de esta concepción, se intenta construir la noción de responsabilidad social, según la cual el sujeto es capaz de asumir la responsabilidad en términos de la transformación de la sociedad y de la cultura, construir tejido social y generar otras posibilidades humanas.

Este desafío reclama una nueva forma de ver el emprendimiento, de lograr una respuesta más humana a la problemática de la organización, relacionada con la manera de concebir el trabajo, la sustentabilidad y la sostenibilidad, así como el compromiso de los emprendedores con sus colaboradores y grupos de interés.

Husserl concibe la responsabilidad como fuente de *renovación*, a partir de la cual los seres humanos deben comprometerse a configurar una cultura auténticamente humana.

“[...] Sólo esta claridad intelectual puede convocar a un trabajo gozoso; sólo ella puede transmitir a la voluntad la resolución y la fuerza imperativa para una acción liberadora; sólo este conocimiento puede devenir un sólido patrimonio común, de modo que finalmente, por obra de miles y miles de convencidos de la racionalidad de la empresa, las montañas se muevan; es decir, el movimiento de renovación que se limitaba a latir emotivamente se transforme en el proceso mismo de la renovación” (2002, p. 3).

Esta renovación también demanda una cultura organizacional sana, en la que se compartan símbolos, creencias y valores en un contexto de diálogo, concertación y motivación por el uso de la palabra, de manera que posibilite a todos los miembros manifestar abiertamente los deseos, la colaboración y la participación en la construcción de este propósito.

La visión positiva relacionada con el emprendimiento se va determinando a partir del análisis fenomenológico de la autoconciencia, en la cual se manifiestan las infinitas posibilidades de creación e innovación que tiene el ser humano como partícipe de una cultura y miembro de una sociedad con la que tiene también una responsabilidad.

Para la fenomenología, la cultura es el conjunto de producciones que tienen lugar en las actividades continuas de los hombres colectivizados, que tienen su existencia espiritual permanente en la unidad de la conciencia de la comunidad y que su tradición sigue conservando (Hoyos & Vargas, 1996, p. 100). De esta manera, el emprendimiento se considera un hecho cultural, dado que está vinculado esencialmente al hombre y a su historia, sobre una base de significados que le motivan a superar la visión objetivista e instrumentalista del mundo.

Ser responsable socialmente, de acuerdo con la fenomenología, tiene que ver con la exigencia de constitución de *otros*, con quienes se conforman las relaciones de reciprocidad, y con una solidaridad compartida por los

procesos estructurales de la sociedad como el cuidado del medio ambiente, la búsqueda del bien común, la convivencia ciudadana, entre otros, que dependen no sólo de los movimientos y tendencias sociales sino de la actitud de los seres humanos y de la capacidad de emprender para lograr verdaderas transformaciones.

Esa responsabilidad que tiene que ver también con la educación, en la medida en que es el único medio para lograr la transformación y el cambio de la sociedad. Mediante los procesos de formación se inicia la reflexión sobre la naturaleza humana y, gracias a los avances continuos, el ser humano se perfecciona y se alcanza el progreso de la humanidad; en esta medida, pasa de ser un proyecto individual a uno comunitario. Por esto es necesario puntualizar el papel trascendental que juegan la familia, la escuela y las instituciones y la incidencia de estas estructuras en la construcción del sujeto.

Igualmente, la formación requiere, como lo expresa Vargas (2007, p. 26), no sólo el reconocimiento del carácter anónimo constitutivo del sujeto sino el de la cultura, es decir, se trata de "...comprender las estructuras fundantes de la interacción mundano-vital; tal tránsito considera tanto la formación de las personas singulares como el fundamento de las personalidades de orden superior –familia, comunidad, barrio, ciudad, nación, Estado, comunidad de naciones”.

Así, la formación para el emprendimiento se explica no sólo a partir del autoconocimiento, la autovaloración, la autodeterminación de los sujetos emprendedores, sino también del papel que juegan los entes o personalidades de orden superior que intervienen en mundo social, como son el Estado, la organización, la familia y las comunidades, entre otros, y la comprensión de la interacción que genera el emprendimiento como posibilidad de realización del sujeto en la vida con los otros.

Con esta orientación se propone la tesis doctoral, para fundamentar la enseñabilidad del emprendimiento según la dimensión humana, el cual debe partir de la noción fundamental del sujeto, hasta configurarse en la experiencia con los otros y tematizarla, a partir de la auto percepción de

los emprendedores, así como caracterizar las variantes e invariantes individuales y comunitarias en los procesos de emprendimiento.

La voluntad, a partir de un nivel fenomenológico más complejo, consiste en la realización de actos en los que el sujeto toma una determinación deliberada y ponderada (Vargas, 2006, p. 72), es decir, la voluntad entra a formar parte de la acción propiamente dicha por medio de la cual afianza su vida subjetiva, se decide por un estilo y pone en marcha un proyecto de vida.

Como se expresó anteriormente, la voluntad relacionada con la acción puede dirigirse sobre *otro u otros* e incitar a trabajar conjuntamente de conformidad con un propósito común responsable. Así, la realización del otro es punto de partida para la organización de actos comunitarios. Husserl así lo afirma: “En un fundado sentido superior, la acción y realización complejas son mi acción y, así mismo, la acción del otro, —en tanto cada uno actúa para sí inmediatamente, en su parte— en la cuestión y ejecuta una acción primaria que es exclusivamente suya propia, siendo a la vez tal acción parte de una acción secundaria, fundada, que es la acción completa de cada uno de nosotros. Y así en todo obrar comunitario”. (Husserl, 1987, p. 11).

Es importante tener en cuenta que cada hombre perteneciente a una comunidad desarrolla un comportamiento en la vida colectiva, que tiene consecuencias que determinan de antemano su conducta ética, y, en ese mundo circundante, el propósito es construir una vida buena y recta. En esa medida implica que sea auténticamente humana y, por tanto, caracterizada por un entendimiento ético entre las partes, es decir, como una confluencia de voluntades.

La investigación tomará como variables de la formación *en y para* el emprendimiento: la subjetividad, la intersubjetividad, pero especialmente la noción de voluntad individual y común. Husserl (1988, p. 50) postula que, para lograr una renovación de la humanidad, es imprescindible la organización ética de la vida productiva; en ese sentido, los procesos de formación para el emprendimiento son fundamentales y dependen en gran parte de la actitud e interés de los emprendedores y de su capacidad de innovación.

5. EDUCACIÓN, PEDAGOGÍA Y PROCESOS DE FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

El hombre, según su naturaleza humana, requiere ser educado, y la educación constituye a su vez un medio de transmisión de la cultura. Parafraseando a Vargas, la educación constituye la posibilidad de pensar y darle sentido a la vida o proyecto de vida, así como reflexionar sobre las posibilidades que tiene de ser moralizado o hacerse más sabio (2006, p. 31).

En consecuencia, la labor educativa actual está emplazada a centrarse en la enseñabilidad de las ciencias, es decir, a realizar aportes al proceso creador del conocimiento y al deber ser del objeto de una nueva pedagogía.

Flórez (1996, p. 75) define la enseñabilidad como la base fundamental de la reflexión pedagógica contemporánea. Propone explicarla como una característica derivada del estatuto epistemológico de cada ciencia o disciplina, referida a los rasgos de racionalidad, sintaxis, de contenido teórico y experiencial que distingue el abordaje de problemas y condiciones, *“específicamente la manera como cada disciplina puede o debe enseñarse”*.

Teniendo en cuenta esta declaración, mientras la enseñabilidad se ocupa de la lógica del desarrollo científico, la pedagogía lo hace de la actividad cognitiva del sujeto y, en este sentido, la formación constituye el eje teórico de la pedagogía, que significa una forma de humanizar.

Así, la pedagogía, más que un saber o un conocimiento, es una práctica (Vargas, 2006, p. 15). Cabe decir que se investigan los principios reguladores: *esto es, que la pedagogía no habla del ser sino de su propia naturaleza, del “deber ser”*.

La pedagogía se caracteriza por dos dimensiones fundamentales, la discursiva y la práctica. El discurso pedagógico es una elaboración filosófica sobre el sentido, mientras que la práctica pedagógica es un proceso de intervención sobre la humanidad, en aras de su humanización, de la consolidación de su sentido de libertad en todas las esferas de la experiencia tanto personal como colectiva. En tal sentido, Candela (2001) afirma que

“estudiar la relación entre el discurso y proceso educativo en el aula implica adoptar una perspectiva interpretativa, porque el discurso supone comunicación o construcción social situada”, lo que advierte la característica filosófica de sentido que proporciona el lenguaje en el discurso pedagógico como un proceso de construcción, que cada sujeto conforma la realidad en un contexto determinado.

Al igual, Husserl afirma que en los problemas fundamentales de la fenomenología es necesario recrear la realidad, como la actitud natural del sujeto con su entorno, para interpretarla y darle significado a su existencia. “Yo significa para cada uno de nosotros algo diferente: para cada uno Yo significa la persona completamente determinada con un nombre propio concreto, que vive sus percepciones, recuerdos, expectativas, fantasías, sentimientos, deseos, voliciones, que tiene sus estados, ejecuta sus actos, y además, tiene sus disposiciones, predisposiciones innatas, capacidades y habilidades adquiridas, etc.” (Husserl, 1994, p. 48).

La visión operativa del emprendimiento constituye una debilidad para la sociedad, especialmente porque se ha mantenido la idea de que el rol social del emprendimiento es la creación de riqueza y a esto se debe la actual preocupación de la economía, de hacer emprendimiento según la visión capitalista.

Sus prácticas van desde la elaboración de planes de negocio hasta proyectos y planes de empresa, caracterizadas por una concepción racional e instrumental centrada en el hacer, razón por la cual el objetivo de la tesis doctoral está orientada en otro enfoque que supone *fundamentar la enseñabilidad del emprendimiento como formación de la voluntad personal y común, en el marco de la fenomenología*.

6. CONCLUSIONES

Para finalizar, es importante justificar la fundamentación de la enseñabilidad del emprendimiento según la concepción humana y reiterar la razón por la cual la fenomenología permite desplegar la teoría y la práctica del emprendimiento.

Como argumentan Hoyos y Vargas, la riqueza de la fenomenología, o su lado positivo, es el esfuerzo por volver a aprehender al hombre mismo por debajo de los esquemas objetivistas de los cuales no puede revestirlo sino la ciencia antropológica. *Ir a las cosas mismas*, como afirma Husserl, fue su propuesta en un momento de la crisis de la cultura de Occidente; su tesis consistió en volver a recuperar la esencia del hombre en el mundo, dado su énfasis en el positivismo de la ciencia, el cual propició el olvido de su génesis, especialmente de las actitudes y vivencias del sujeto en el mundo de la vida.

Para entender qué es la fenomenología es esencial partir del concepto ontológico que explicita cada vez más la experiencia humana y la define como la correlación entre el hombre, sus realidades y el mundo circundante en el que se desenvuelve; de acuerdo con esto, se considera un método descriptivo, que, según el lema de volver a las cosas mismas o comprender directamente las cosas como son, rehace el discurso en la vida reflexiva de cada sujeto.

Así, desde el punto de vista fenomenológico se puede afirmar que la voluntad es una de las capacidades centrales que tiene el sujeto para el afianzamiento de su vida subjetiva y para ponerse en camino hacia una auténtica personalidad. (Vargas, 2006, p. 15). Husserl le otorga un significado especial a la toma de una postura reflexiva de la propia vida, de conformidad con la esencia del hombre y la capacidad de autoconciencia.

“En el sentido pues de los actos personales de autoconocimiento, autovaloración y autodeterminación práctica (volición referida a uno mismo y acción en la que uno se hace a sí mismo)”. (III, 24, citado en Husserl, 1988: XVIII).

Así se comprende el papel de la voluntad en el acto humano de emprender, según el cual el sujeto toma la decisión de realizar una acción, y mediante esta acción afirma su personalidad y despliega sus capacidades y competencias, es decir, se genera un acto de transformación de sí mismo.

En resumen, de lo que se trata es de identificar el lugar del emprendimiento en la voluntad personal y en la voluntad común y, de conformidad

con este espacio, plantear un modelo de formación como confluencia de voluntades para fundamentar una teoría y unas formas de intervención.

Referencias

- Busenitz, W. III, Shepherd, N. & Chandler, Z. (2003). Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions. En *Journal of Management*, 29, (3), 285-308
- Chanlat, J. F. (2002). *Ciencias Sociales y Administración*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.
- Candela A. (2002). Corrientes teóricas sobre el discurso en el aula. En *Revista Mexicana de Investigaciones Educativas*, 6(12), 317-333. México.
- Flórez Ochoa, R. (1996). *Hacia una pedagogía del conocimiento*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Herrera Restrepo, D. (1998). América Latina y la fenomenología. Universidad Pontificia de México. *Colección Investigación UPM*, 7.
- Hoyos V., G & Vargas G., G. (1996). *La teoría de la acción comunicativa como nuevo paradigma de investigación en ciencias sociales: las ciencias de la discusión*. Bogotá: Arfo.
- Husserl, E. (1987). *El espíritu común I (Gemeingeist)*. Obra póstuma. Traducción de César Moreno Márquez. España: Universidad de Sevilla.
- Husserl, E. (1988). *Renovación del hombre y la cultura. Cinco ensayos*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Antropos.
- Husserl, E. (1994). *Problemas fundamentales de la fenomenología*. Edición y traducción: Cesar Moreno y Javier San Martín. Madrid: Alianza.
- Jäger, S. (2003). Citado en Wodak, R. & Meyer, M. C. (compiladores). *Métodos de análisis Crítico del discurso. Discurso y conocimiento: Aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos*. Barcelona: Gedisa.
- Peña Rodríguez, F. (2007). Posibilidades epistemológicas de la Pedagogía, en: Vargas Guillén, Germán, et al (2007). *Formación y subjetividad*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Pereira, L. F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo de conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. Pontificia Universidad Javeriana. *Cuadernos de Administración*, 20 (34), 11-36. Bogotá.
- Schutz, A. (2003). *Estudios sobre la teoría social. Escritos II*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Schutz, A. (2003). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Urbano, D. (2008, marzo). Seminario de Creación de Empresas y teoría económica institucional. Aproximaciones teóricas al estudio de la creación de empresas. Universidad EAFIT.
- Vargas Guillén, G. (2006). *Filosofía, pedagogía y tecnología. Investigaciones de epistemología de la pedagogía y filosofía de la educación*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Vargas Guillén, G. (2007). *Formación y subjetividad*. Colección “Filosofía y enseñanza de la Filosofía”. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Vargas B., J. C. (2006). La voluntad y su papel en la constitución de la identidad personal. Un estudio a partir de la filosofía de Edmund Husserl. En *Revista Latinoamericana de Fenomenología*, 92, 71-89.
- Weick, K. E. (2003). L’effondrement du sens dans les organisations: L’accident de Mann Gulch, en : *Le sens de l’action*, Bénédicte. Vidaller (Coord.); prefacio de Karl E. Weick). Paris: Institut Vital Roux/Vuibert, pp. 59-87.