

SER O NO SER (UN CAPITAL)¹

IKER JAUREGUI GIRÁLDEZ²
(UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID)

RESUMEN

PENSAR AL INDIVIDUO COMO UN OBJETO CON LOS ATRIBUTOS DE UNA MARCA COMERCIAL RESPONDE A UN PROCESO TEÓRICA E HISTÓRICAMENTE COMPLEJO. RESPECTO A ESE PROCESO, LA IDENTIFICACIÓN ENTRE INDIVIDUO Y CAPITAL QUE SISTEMATIZARON LAS TEORÍAS DEL CAPITAL HUMANO (ALREDEDOR DE AUTORES COMO GARY BECKER O THEODORE SCHULTZ) REPRESENTA UN ELEMENTO DISCURSIVO Y CONTEXTUAL MUY RELEVANTE. DE UNA U OTRA MANERA, PENSAR AL SUJETO COMO MARCA IMPLICA PENSARLO COMO UN EMPRESARIO O, LO QUE ES LO MISMO, COMO UNA FORMA DE CAPITAL PARA SÍ MISMO Y PARA LOS OTROS. EN BASE A ELLO, EL PRESENTE ARTÍCULO SE PROPONE ANALIZAR ESTA ÚLTIMA FORMA («CAPITAL HUMANO») CON EL FIN DE PODER COMPRENDER EN MAYOR PROFUNDIDAD LA PRIMERA («MARCA PERSONAL»).

PALABRAS CLAVE

MARCA PERSONAL, CAPITAL HUMANO, APRECIACIÓN, MERCADO, NEOLIBERALISMO

RECEPCIÓN: ABRIL 2021
ACEPTACIÓN: MAYO 2021

Tras comentar las frustraciones de los nuevos emprendedores en la nueva “economía de agentes libres”, el gurú del management Tom Peters escribía lo siguiente en un artículo para el número de agosto de 1997 de la revista

americana *Fast Company*: “las buenas noticias —y son sin duda muy buenas noticias— es que todos tenemos la oportunidad de destacar. Todos tenemos la oportunidad de aprender, mejorar y desarrollar nuevas habilidades. Todos tenemos

¹ Tomamos prestado este título del que dio Santiago Alba Rico a uno de sus últimos libros, *Ser o no ser (un cuerpo)* pues, si bien hace referencia a un objeto muy distinto al que nos ocupa en este texto, expresa una dicotomía que no es tal —es decir, una necesidad— que se ajusta muy bien a nuestro objeto: el individuo como capital.

² Esta investigación ha sido posible gracias a una ayuda FPU del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y se enmarca en el Proyecto de Investigación «Naturaleza Humana y Comunidad IV» (FFI2017-83155-P)

la oportunidad de ser una marca digna de reconocimiento” (Peters, 1997)³. Tres décadas antes, el economista Gary Becker escribía lo siguiente en una revista académica: “las diversas formas de invertir [en uno mismo] incluyen la educación, la formación en el trabajo, la atención médica, el consumo de vitaminas, y buscar información sobre el sistema económico. Estas difieren en los efectos relativos sobre los ingresos y sobre el consumo, en la cantidad de recursos invertidos, en la cuantía de los rendimientos (...) Pero todas ellas mejoran las habilidades físicas y mentales de los individuos y contribuyen, por tanto, a aumentar las perspectivas de ingresos” (1962: 9). A pesar de los años que separan una y otra exposición, el relato es el mismo. Para “destacar” —en palabras de Peters— o “aumentar los ingresos” —según escribe Becker—, el individuo debe invertir en el desarrollo de sus habilidades. Para Peters, esta política de «mejora» que permite que el individuo acceda a una posición laboral exitosa lo convierte en una marca⁴. Para Becker, esta misma estrategia constituye al individuo en una célula empresarial⁵. Ser una marca es ser una empresa (igual que ser una empresa es ser una marca). Y ser una marca o ser una empresa no es lo mismo que ser un empleado. La lógica del discurso, que es común, presupone una identificación entre *individuo* y *capital* que es inaudita hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX y a la que Gary Becker (junto con Theodore Schultz, Jacob Mincer y otros economistas neoliberales vinculados a la Universidad de Chicago) dedicará la mayor parte de su trayectoria académica. Por ello, para

entender la retórica del primero (la de Peters y la de los teóricos del «*personal branding*») hay que atender sobre todo a la retórica del segundo (la de Becker y los teóricos del «*capital humano*»).

1

Pensar al ser humano según la estructura y el vocabulario del capital es, con algunas excepciones⁶, un gesto teórico exclusivamente contemporáneo. Cuando, a mediados del siglo pasado, los economistas neoclásicos Jacob Mincer y Theodore Schultz introducen el concepto de «Capital Humano» para analizar las diferencias en la distribución de la renta de los hogares medios americanos y la contribución de la cualificación de la mano de obra a la riqueza general de un territorio, la identificación de estos dos espacios (individuo y capital) es no solo novedosa, sino moralmente cuestionable. “La simple idea de inversión asociada a los seres humanos —escribe Schultz— es ofensiva para algunos de entre nosotros. Nuestros valores y creencias nos impiden ver a los seres humanos como bienes de capital, excepto en la esclavitud, que es algo que detestamos” (Schultz, 1961: 2). Con «Capital Humano», Schultz (y también Mincer y luego Becker) se referirá al conjunto [*stock*] de habilidades adquiridas [*skills*] por un individuo de las que puede esperarse un rendimiento económico. En tanto que de ellas puede esperarse un rendimiento, representan una forma de *capital*; y en la medida en que están —inevitablemente— incorporadas en el individuo, son una forma de capital *humano*. La adquisición de estas habilidades proviene —tal y como sugieren estos autores en los primeros

³ Salvo cuando se explicita lo contrario, todas las traducciones son nuestras.

⁴ Por lo demás, el primer registro de la idea de «personal branding» o marca personal aparece precisamente en el artículo de Peters citado antes.

⁵ El individuo es una “unidad de toma de decisiones” (Becker, 1975: 2) de un hogar que es una “entidad organizativa (...) al igual que una empresa” (Becker, 1976b: 141).

⁶ Por ejemplo, y salvando las distancias, la teoría del valor de Marx en *El Capital*, donde la mercancía fuerza de trabajo es identificable (al menos desde el “punto de vista” del capitalista —Marx, 1867/2017: 298—) con un tipo de capital, el capital variable.

artículos publicados sobre el tema⁷— sobre todo de tres espacios: el educativo, el de la formación laboral en sentido amplio (dentro y fuera del trabajo) y el de la experiencia adquirida mientras se trabaja. Que haya un vínculo directo entre habilidad y rendimiento económico o capital —generalmente bajo la forma salario: a mejores habilidades mayor productividad laboral y mayores salarios— quiere decir muchas cosas, pero sobre todo una: que la producción de esas habilidades es una inversión. Estudiar un máster, asistir a un taller formativo o ganar experiencia laboral son inversiones. Además de una forma de capital, el individuo es, por tanto, el inversor de ese mismo capital (es, digamos, el artífice de la inversión y también su producto; su causa y su efecto).

Como todo inversor, el inversor de sí mismo diversifica las operaciones esperando una serie de rendimientos plurales, desde el ámbito de la “educación formal” en sus distintos niveles hasta el de la “salud” o el de la “migración”, pasando por la “comida, la vestimenta [o] la vivienda...” (Schultz, 1961: 9). Son estos elementos y las inversiones realizadas en ellos los que explican los aumentos y los descensos de la productividad de los trabajadores (individualmente o por criterios sociales, como la clase, el género, la “raza” o la edad⁸), sus diferencias salariales (que no son sino diferencias de rendimientos del

capital) o incluso las diferencias proporcionales en las estimaciones macroeconómicas (como puede ser la riqueza de una nación). Obtener a final de mes más o menos ingresos (más o menos rendimientos), ser más o menos productivo, acceder a mejores o peores puestos de trabajo, escalar o descender en las jerarquías sociales y laborales... son todo situaciones que se pueden explicar atendiendo a la eficiencia de las inversiones en capital humano que realiza cada individuo o grupo social. Frente a un discurso naturalista que establece una correlación entre capacidad innata y rendimiento económico, la propuesta «sociológica»⁹ de las Teorías del Capital Humano establece un nuevo correlato, esta vez voluntario, entre la habilidad adquirida mediante decisiones de inversión y el volumen de los rendimientos adquiridos.

En tanto que inversor, el individuo que posee (y gestiona y produce y acumula y distribuye) «capital humano» es una célula empresarial. Su vocabulario ha cambiado. Los costes de su formación son ahora “costes de oportunidad”. Su salario es ahora su “rendimiento”. Y la tasa compensatoria entre ambos es una “*rate of return*”¹⁰. A su labor como empleado, se le superponen ahora las tareas de un empresario. Anticipa y “*sacrifica* los ingresos presentes por los que puede obtener en el futuro” (Blaug, 1976: 849-850 —cursiva nuestra—); calcula la rentabilidad

⁷ Nos referimos, sobre todo, a los artículos publicados alrededor (es decir, inmediatamente antes e inmediatamente después) del monográfico «Investment in Human Beings» de 1962, publicado en *The Journal of Political Economy* y con contribuciones de Schultz, Becker, Mincer. Es seguramente a partir de la publicación del libro de Becker, *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* (su primera edición es de 1964), que contiene los primeros análisis sistemáticos sobre el tema, cuando proliferan los estudios ampliados del capital humano (y, con ellos, el arco de las posibles inversiones en este). Nos referimos sobre todo a las investigaciones de Grossman en torno al “capital salud” (cf. Grossman, 1972), a las de Ben-Porath sobre los ciclos de producción y acumulación de capital (cf. Ben-Porath, 1967) o a las de Coleman sobre la contribución del capital social al capital humano (cf. Coleman, 1988).

⁸ La clase, el género y la edad son criterios sociológicos presentes en la mayoría de los artículos y libros que hemos mencionado hasta ahora. Para la cuestión racial, véase, en cambio, Becker (1957), sobre todo sus últimas ediciones.

⁹ Es importante aclarar que, si bien el objetivo es entre económico y sociológico, los medios del análisis son, en cambio, exclusivamente económico-matemáticos. La mayoría de los artículos y libros que hemos analizado hasta ahora expresan sus premisas, hipótesis y conclusiones mediante representaciones algebraicas (sobre todo funciones de producción representadas mediante ecuaciones complejas). Los comentarios escritos en lenguajes naturales que acompañan estas representaciones son, por lo general, escasos —si bien representan un buen punto de apoyo para un análisis del Capital Humano más allá del economicismo—.

¹⁰ Se trata de términos que hiperpueblan cada capítulo de los libros publicados por Becker, Schultz y Mincer. Sirva como ejemplo los primeros capítulos de *Human Capital* (Becker, 1993), el libro de cabecera de las Teorías del Capital Humano.

de las distintas opciones de inversión (estudiar este máster o este otro, empezar a trabajar ahora o posponer la inserción en el mercado laboral¹¹); lleva la contabilidad de sus gastos, corrige su presupuesto¹² y acumula el capital necesario para reinvertirlo en el momento oportuno; distribuye los recursos de los que dispone (los bienes que puede adquirir en el mercado, el tiempo y una ecuación de los ingresos presentes y los que puede obtener en el futuro) de la manera más eficiente. Y lo hace sobre todo en el «hogar» [*household*]¹³.

El hogar es el espacio en que se decide el uso y la distribución del bien más escaso: el tiempo. El tiempo productivo del individuo —comenta Becker (1993)— se puede asignar a tres tareas fundamentales: al consumo y a la producción de bienes no mercantiles (*nonworking time*), a la producción de capital humano (*investment time*) y al trabajo remunerado (*working time*). Del segundo ya hemos hecho algunos comentarios, y el último es más o menos autoevidente. El primero, en cambio, merece una atención especial: se trata —específicamente— del tiempo del hogar y es al que Becker dedicará la mayor parte de su análisis. Un hogar dispone de unos recursos: dinero (un presupuesto económico), tiempo (un presupuesto temporal) y tecnología (es decir, un nivel determinado de eficiencia que depende, entre otras cosas, del capital humano ya acumulado). Haciendo uso de ellos, escribe Becker, el individuo no establecerá —*sensu stricto*— relaciones de consumo, sino que producirá mercancías. ¿Por

qué? Porque entre los bienes que puede adquirir en el mercado y el tiempo del que dispone puede tener lugar una sustitución de la que obtiene un beneficio directo. El consumo, que hasta entonces representaba una función pasiva del trabajador asalariado en la sociedad de masas, es ahora la forma abstracta de sus inversiones. “Mucho de lo que llamamos consumo”, escribe Schultz, “constituye una inversión en capital humano. Los gastos directos en educación, salud e inmigración interna con el fin de aprovecharse de mejores oportunidades laborales son ejemplos claros [como también lo es] el uso del tiempo libre para mejorar las habilidades y el conocimiento” (1961: 1). Trasladado ahora al hogar, este no representará, por tanto, un espacio de gasto no remunerado (consumo), sino de decisión activa: se *producen* bienes, como por ejemplo una comida (pero también la mercancía «dormir», que se produce con tiempo, una cama, una casa y pastillas —Becker, 1965: 495) y se *invierte* en una serie de actividades. El hogar se convierte, por tanto, en una unidad productiva (Becker, 1976c: 207) y en una unidad de gestión y distribución. El hogar es una “pequeña fábrica” (Becker, 1965: 496) compuesta de trabajadores que buscan aumentar los beneficios actualizando las mejores oportunidades de inversión; es decir, el hogar es una fábrica compuesta de empresarios. En resumen, según el esquema de sentido del Capital Humano, consumir bienes, producir mercancías e invertir en capital son sinónimos.

¹¹ Posponer entrar al mercado laboral para formarse (i.e. para invertir en capital humano) es un aspecto fundamental de los análisis de estas teorías. Posponer supone renunciar a un ingreso rápido; es un sacrificio en base a un cálculo; y tiene una medida, los *foregone earnings*, que —como veremos más adelante— debe incluirse en las ecuaciones.

¹² Por ejemplo, hablando de la gestión del hogar, escribe Becker (1976d: 268-269), “el cabeza de familia maximiza una función de utilidad que depende del consumo de todos los miembros de la familia y que está sujeta a una restricción presupuestaria determinada por el ingreso familiar y por el consumo familiar”.

¹³ *Household*, que es la palabra utilizada por Becker y otros teóricos del capital humano para referirse al hogar, hace en el fondo referencia a familia. En el análisis del *household*, se encuentra el análisis de la producción de mercancías, de la distribución del tiempo y del consumo de bienes, pero también las relaciones padre-hijo, las relaciones matrimoniales y la división sexual de las tareas (del trabajo, del consumo, de la inversión en capital humano, lo que Becker llamará “especialización” a lo largo de su *A Treatise on the Family* —1991—). Como se encarga de analizar Melinda Cooper (2017), la familia está en el centro de las teorías del capital humano no solo en un sentido técnico, sino sobre todo político, lo cual acerca su discurso—más allá de lo que pudiera parecer— al de ciertas corrientes neoconservadoras.

2

Ahora bien, es importante aclarar qué se considera y qué no una inversión en «capital humano». ¿Hay algo —dicho de otra manera— que no represente un posible rendimiento y que no contribuya, por tanto, al aumento del *stock* de capital del individuo? Si la diferencia entre un acto de consumo y un acto de inversión es el rendimiento económico, es difícil (confiesa el propio Schultz¹⁴) establecer algún criterio para reconocer al primero. Si el cuidado de la salud, la adquisición de conocimientos de diverso tipo, el descanso o una buena comida —por ejemplo— dibujan un recorrido de beneficios en último término económicos (es decir, una escala de rendimientos), y contribuyen al volumen del capital humano de un individuo, entonces ¿es posible establecer un «otro» de la inversión? Si bien los economistas principales del Capital Humano no darán una respuesta adecuada, a medida que se recorren sus textos se hace evidente que «capital humano» ya no hace (ya no puede hacer) referencia a las habilidades rentables de un individuo. . . . porque *todo* constituye una habilidad rentable. «Capital humano» es, en suma, ese «todo»: las acciones que contribuyen a las habilidades y las habilidades que contribuyen al rendimiento del capital. Tanto la vida del individuo como el individuo mismo. «Capital humano» no es, entonces, el *stock* de habilidades de un sujeto. Capital Humano es un sujeto cuya vida es un *stock* de habilidades. Veamos algunos ejemplos.

En «A Theory of Marriage», uno de los artículos más célebres de Becker, el economista americano relata de la siguiente manera las mercancías (“no-mercantiles”) que produce un hogar: “la calidad de las comidas, la calidad y

cantidad de hijos, el prestigio, el entretenimiento, el compañerismo, el amor y la salud” (1976c: 207). Vayamos a los hijos. Un hijo es una mercancía producida por unos padres en el hogar-empresa en función de los recursos de los que dispone (tiempo, el capital humano de los padres¹⁵, dinero —para, por ejemplo, el capital humano futuro del niño— y capital no humano en forma de obsequios y herencias) y en función de unas variables ambientales (un entorno familiar, un entorno social). El objetivo de la crianza es producir niños de calidad o, dicho de otra manera, preparar un futuro capital humano. Respecto a los padres, los hijos son un “activo” [*asset*]¹⁶. Junto a la producción eficiente de niños (eficiencia que se mide en su nivel más abstracto como proporción entre su cantidad y su calidad) la producción de matrimonios rentables en términos de utilidad es otro de los elementos centrales de la gestión del hogar-empresa. La relación matrimonial es una relación empresarial. En el «mercado matrimonial», los solteros buscan capitalizarse. Es un mercado con las reglas de cualquier mercado común: hay una competencia, hay unos precios (directos e indirectos), hay unos cálculos y estrategias y el éxito de unos es el fracaso de otros. “Sin duda, las personas solteras no despliegan sus *talentos* en los mercados de la misma manera en que otros comerciales lo hacen en el mercado financiero o en el bazar de Oriente Medio. Pero las personas en un mercado matrimonial usan a menudo intermediarios a modo de ‘*brokers*’, participan en eventos sociales, asisten a escuelas mixtas, y participan en otras actividades diseñadas en parte para juntar personas elegibles, y *anuncian sus servicios* de diversas maneras” (Becker, 1991: 81 —cursiva nuestra—). La decisión entre la

¹⁴ “... en el caso del capital humano hay un problema adicional que no aplica a los bienes de capital físicos: cómo distinguir entre los gastos destinados al consumo y los destinados a la inversión. Esta distinción encarna dificultades tanto conceptuales como prácticas” (1961: 8). La solución que da a estas dificultades no deja de ser paradójica. Es cuestión, comenta, de cambiar la perspectiva del análisis: medir las “inversiones humanas principalmente por su rendimiento [yield] en lugar de por su coste” (ibid).

¹⁵ Toda familia “lega” un “stock de capital” (Becker, 1991: 160) a sus descendientes. Por lo demás, como comenta Becker, los ingresos de los niños aumentan no solo cuando reciben capital humano sino también capital no-humano de sus padres (Becker, 1991: 230).

¹⁶ Así lo escribe Mushkin (1962: 151): “esencialmente, es el hijo quien es visto como un activo”.

soltería y la vida conyugal responde a criterios utilitarios mediados sobre todo por la economía, pues todo matrimonio produce unas rentas (*ibid.*: 84) de las que ambos se benefician. El pegamento histórico de la vida en pareja, el amor, es también un recurso escaso que hay que economizar (*ibid.*: 284). Volvamos a la lista inicial. Tras la comida y los niños encontramos el “prestigio”. Junto con “la distinción”¹⁷ (Becker, 1976d: 256-257), la “autoestima” (Becker, 1991: 20) y otras representaciones, el prestigio es una mercancía que se produce con capital social y capital personal (Becker, 1996: 46-47). Todas (el prestigio, la estima, la distinción social) dependen de un *income* personal (producto, a su vez, de “experiencias personales que afectan a las utilidades presentes y futuras” —Becker, 1996: 4—) y de un *income* social que expresa la influencia del resto sobre la rentabilidad del individuo. Esto aplica, por lo pronto, a las mercancías anteriores, pues los ingresos de los niños “también aumentan por las dotaciones que representan la reputación familiar y las conexiones sociales” (Becker, 1991: 230), es decir, que el éxito social del capital humano del padre (i.e. de la marca social del padre) determina el éxito del futuro capital social (que es una forma de capital humano) del hijo.

Hemos pasado ya, por tanto, de la producción de comidas a la producción de autoestima; de la inversión en educación a las inversiones en capital social; de la formación en el trabajo a la «formación» en la vida conyugal; de la producción (e inversión) de habilidades para el trabajo a la producción (e inversión) de «experiencias personales», “comportamientos” (Becker, 1996: 7) y “estilos de vida” [*lifestyles*] (*ibid.*: 17). No deja de llamar la atención, por lo demás, que esta ampliación

radical¹⁸ comienza a aparecer en algunos textos de principios de los 1980 y se consolida, sobre todo, en el libro *Accounting for Tastes* (1996), publicado en la década que constata el advenimiento de la «knowledge society» y de la literatura del neo management, pero también de la superfluidad de la mano de obra y de la pérdida de correspondencia entre el ciclo formativo (universitario, sobre todo) y el ciclo laboral. El Capital Humano se identifica ahora con la naturaleza de la persona¹⁹. Así, en lugar de «stock de habilidades», el propio Becker definirá así —30 años más tarde— la composición del capital humano: “el capital humano adquiere muchas formas, incluyendo las habilidades y capacidades, la personalidad, la apariencia, la reputación...” (Becker, 1991: 243).

Para todos estos casos, el criterio de su identificación con una forma de capital sigue siendo el rendimiento, es decir los *ingresos* que produce el individuo. Como resumió Rosen, uno de los teóricos e historiadores del Capital Humano más relevantes, “el capital humano es primero y sobre todo una teoría de la determinación vital de los ingresos” (Rosen, 1973: 243). Es el volumen de los ingresos lo que determinará, retrospectivamente, la tipología y la idoneidad de las inversiones. Para reconocer sus proporciones, los economistas del capital humano echarán mano de un criterio de medida abstracto: el denominado *full income* o ingreso total, que hace referencia a “el ingreso económico máximo que puede alcanzar un hogar si distribuye adecuadamente su tiempo y otros recursos” (Becker, 1996: 27), es decir, al volumen de ingresos que obtendría un individuo u hogar si destinara todo su tiempo y todos sus recursos a la obtención de beneficios económicos. Se trata, por tanto, de un límite superior, abstracto e inalcanzable respecto al

¹⁷ Aunque una comparación mínima exigiría un análisis más extenso (para lo cual no tenemos espacio aquí), no podemos no mencionar el hecho de que *La Distinción* (1979/1988) será publicada por Pierre Bourdieu cinco años más tarde que la primera versión del artículo de Becker.

¹⁸ Ampliación, por lo demás, de la que Becker se muestra explícitamente orgulloso al inicio de casi todos sus textos recopilatorios.

¹⁹ Es importante comentar que, en paralelo a esta identificación, el Capital Humano como concepto (que vive su momento de mayor popularidad) pondrá un pie en la literatura managerial y en los manuales de Recursos Humanos de las empresas. A partir de entonces —hasta hoy— es habitual referirse al Capital Humano como sustituto de conceptos obsoletos (sic) como «recursos humanos», «personal» o «empleados».

cual se descuentan los rendimientos en base a las decisiones de inversión realizadas. Así, para calcular la tasa de rendimiento de estudiar un máster habrá que descontar los ingresos que se obtendrían en el mismo periodo de tiempo si, en lugar de estudiar, se estuviera trabajando. Estos ingresos perdidos (*foregone earnings*) dan una medida —entre otras— de la estrategia del individuo a la hora de calcular sus inversiones. En suma, se trata de una teoría de la compensación (vale la pena renunciar a un ingreso directo o inmediato, que se presupone menor, con el fin de realizar inversiones que, en un futuro no muy lejano, repercutirán más positivamente).

No deja de resultar paradójico que, dentro de este esquema, Becker incluya (ya en 1962) la “mejora de la salud emocional y física” (1962: 27) como una forma de contribuir al capital humano y que, a partir de estos ejemplos, distinga entre “ingresos monetarios” e “ingresos psíquicos” (*ibid*: 31). La salud, por ejemplo —de la que ya hemos hecho algunos comentarios— tiene sin duda un componente monetario, pero también “es una actividad con un gran componente psíquico” (*ibid*). Se trata, por lo demás, de una distinción también presente en Schultz (que habla de “ingresos futuros” y de “satisfacciones futuras no monetarias” —1971: 162—) y en otros textos del mismo Becker²⁰. La pregunta a la que nos enfrenta es clara: ¿cómo se miden los rendimientos psíquicos? La respuesta es igualmente sencilla: no se puede. Aunque el criterio sea siempre económico, la integración de elementos experienciales o sensibles (la reputación y el amor, por ejemplo) y de rendimientos no físicos (como el ingreso psíquico) nos invita a pensar que el criterio de medida del capital humano se encuentra más allá del salario y sus derivaciones. En el fondo, parecería que la retórica de la monetización de los

rendimientos o de los ingresos asociados al capital humano no implica necesariamente un ajuste o una traducibilidad numérica —matemática—, sino que se dirige a una posición más abstracta (algo más allá de la mera ganancia o del mero beneficio): lo importante es el *valor* —y la valorización— del individuo-capital humano²¹. En cierto modo, «capital humano», que en un principio designaba un conjunto de habilidades formales producto de una serie de inversiones regladas, pasa a ser —dicho rápidamente— una estructura de sentido de las acciones económicas del individuo de las sociedades contemporáneas; un filtro de comprensión con un nuevo vocabulario: inversión, rendimiento, cálculo. Una unidad de medida de la economía (de los rendimientos) del sujeto. Un criterio, en definitiva, del valor y la valorización de la mano de obra en los mercados de trabajo postindustriales.

3

Hasta ahora hemos descrito (con los textos de Becker y Schultz) la estructura de las decisiones cotidianas del individuo-capital humano. Además de esta representación rutinaria de la economía del sujeto, las Teorías del Capital Humano ofrecen también una estructura de comprensión de la biografía económica de los individuos que analiza. Ser (una forma de) capital implica una relación temporal particular. Como hemos visto, el criterio principal de la vida económica del «capital humano» es el rendimiento que resulta de una inversión. Producir capital (i.e. invertir en uno mismo para obtener rendimientos) es una acción cuyos resultados, visibles siempre y solo en el futuro, condicionan retrospectivamente (hipotéticamente) las decisiones del presente. Respecto a este esquema, el capital repre-

²⁰ Véase, por ejemplo, Becker, 1965: 498.

²¹ En otros términos (y pensando en el sujeto neoliberal *in abstracto* y no en las Teorías del Capital Humano) Francisco Vázquez escribe lo siguiente: “la exigencia de maximizar los recursos personales no significa, como puede parecer a simple vista, una exaltación del logro material y de la ganancia económica. Para enriquecer espiritualmente al propio yo, para obtener beneficio y equilibrio afectivos en la familia o en el trabajo, para dar forma a un estilo de vida auténticamente personal, es necesario hacer de la propia vida una vida de empresa. Un desempleado, por ejemplo, ya no será considerado ‘en paro’, sino trabajando sobre sí mismo para aumentar su ‘empleabilidad’” (Vázquez, 2005: 93).

senta un medio para un fin: el rendimiento. Así lo sugirió, por lo demás, el economista Irving Fisher, cuya teoría del capital influyó directamente en la configuración —40 años después— del Capital Humano: “el capital como riqueza es simplemente el medio para un fin llamado ingreso, mientras que el capital como valor (...) es simplemente la capitalización del ingreso esperado” (Fisher, 1930: 40). Más aún: producir capital dependerá no solo del presente y del futuro, sino del éxito y del fracaso del pasado —del capital acumulado. Capital producido en el presente, capital obtenido en el futuro, capital acumulado en el pasado. Y entre estos espacios, además, una tasa de interés que modifica en paralelo el valor de los rendimientos esperados. El capital (y también el capital humano) implica, por tanto, un movimiento, un proceso. Ya el propio Marx hizo referencia a este carácter procesual del capital (“el capital no es una cosa, sino determinada relación social” —1894/2017: 927—) en su crítica al estaticismo del análisis de los factores productivos en la economía política clásica. Analizar el capital humano implicará, por tanto, atender al *proceso* complejo de su producción: a las cantidades acumuladas, a las expectativas de rendimientos y a las variaciones (in)esperadas.

En este sentido, la actividad de un individuo-capital humano no es tanto «ser» o «poseer» capital cuanto organizar el proceso de su «capitalización». «Ser» capital humano no será, por tanto, sino buscar formas de capitalizar la vida o el tiempo del individuo que lo porta. En tanto que capital, la vida del individuo que invierte en sí mismo se representa como una serie de ciclos (de capitalización). Así lo analizó por ejemplo Ben-Porath, otro de los teóricos del Capital Humano más influyentes desde mediados de los 1960, en una serie de artículos centrados en la categoría de ingreso vital. Se trata de determinar —parafraseando el título de uno de sus artículos— la producción de capital humano a lo largo del tiempo tomando como criterio fundamental el

ciclo vital de los ingresos que percibe el individuo (Ben-Porath, 1967). Así, tomando como modelo la función de producción del capital humano de un individuo (es decir, un cálculo de las proporciones máximas de obtención de capital humano en función de los recursos disponibles), podremos determinar los diversos ciclos de producción y reproducción de capital a lo largo de la vida del individuo estudiado. Para ello hay que tener presente un contexto doble: de un lado, el de los recursos de los que dispone (dinero, tiempo, bienes y también las habilidades ya adquiridas); de otro, la influencia de los mercados sobre este mismo proceso. El éxito y el fracaso de la estrategia productiva (de capital humano) estará, entonces, co-determinado por la eficiencia de las inversiones y por las fluctuaciones del mercado. En suma, por la calidad de la gestión de las *oportunidades*. La duración de las inversiones, el tiempo vital disponible (hasta la jubilación), el presupuesto, el capital humano ya acumulado y el interés son las variables. En base a esto se puede periodizar la vida productiva del capital humano en diversas fases o ciclos. No es lo mismo —comenta Ben-Porath (1967; 1970)— invertir en capital humano en la juventud que en la vejez²², igual que no es lo mismo partir de un capital acumulado elevado que partir de cero. Como escribe Schultz, “la condición de cualquier stock de capital reproducible depende de si ha sido correctamente usado o no, de su edad, y de la depreciación y obsolescencia a la que ha estado sujeto, incluyendo hasta qué punto ha sido mal distribuido por razones que dependen de las dinámicas de la economía” (1972: 34). El ciclo vital del capital humano se juzga, entonces, en función del tiempo productivo y el tiempo improductivo; en función de su tasa de producción (la medida por Ben-Porath en base a unos recursos disponibles) y de su tasa de reproducción (determinada, como anota Schultz, por la obsolescencia y la depreciación); de su tasa de deterioro (según avanza la edad)²³ y de las tasas de capital acumulado. Y todo ello en función —ade-

²² La inseparabilidad del capital humano respecto al individuo que lo incorpora implica que esta forma de capital se deprecia con el uso.

²³ Como figura en Becker (1976: 125), hay por tanto un “pico” de ganancias máximas y un “pico” donde comienza la decadencia.

más— de las fluctuaciones del mercado. El capital humano (y el individuo que lo porta) está sometido, por tanto, a ciclos de capitalización positiva (valorización) y a ciclos de devaluación; a ciclos de cotización o apreciación y a ciclos de depreciación. En tanto que capital, el individuo-capital humano depende de ciclos *internos* de inversión y de ciclos *externos* de cotización. Y los primeros siempre están determinados por los segundos.

Aunque parezca que se trata de cuestiones menores o de representaciones con un recorrido exclusivamente matemático, lo cierto es que la relación de variables (privadas y contextuales) que miden la producción del capital humano da una imagen fiable del ciclo biográfico del individuo que invierte en sí mismo. Según estos esquemas ampliados, el individuo es una empresa que funciona *en* o *según* los mercados, pues su valor fluctúa en base a la apreciación y depreciación mercantil de su capital. Es (quizás) desde esta perspectiva desde donde podemos comprender con mayor profundidad la teoría de la apreciación (de sí) de Michel Feher²⁴. En ella, el filósofo belga establece unos parámetros nuevos para la comprensión de la economía social del sujeto neoliberal. Tal y como ocurre a mayor escala en los mercados de valorización empresarial —explica—, este individuo ya no busca la obtención de ingresos directos, sino más bien una apreciación (por parte de otros, pero también respecto a sí mismo) que emula las lógicas mediadoras del capital financiero. En paralelo a Feher, si algo nos enseñan las Teorías del Capital Humano son, precisamente, las reglas concretas de los mecanismos de apreciación. Dicho de otra manera, la idea de que apreciarse y ser apreciado (y apreciable) requiere de una serie de acciones, cálculos y presupuestos. La apreciación no es solamente una metáfora que descansa sobre la espontaneidad de los mercados y la inconsciencia de los individuos; la apreciación es —esto nos dicen los estudios del capital hu-

mano— una *estrategia* con medios y fines, con posibilidades y con cálculos conscientes... es una estrategia del individuo en tanto que empresario de su vida. Y lo es en diversos sentidos y en diversos contextos relacionales: del individuo respecto a sí mismo (cuando estudia un máster para ser más apreciado en el mercado laboral), del individuo respecto a un grupo de individuos (como muestra la relevancia analítica del concepto de «capital social», que no es sino una medida de la influencia que ejercen los otros sobre la apreciación de mi capital), o también del individuo-padre respecto a sus hijos (como muestra por ejemplo el hecho de que los padres —según Becker 1991: 137, cursiva nuestra— inviertan en “la educación, la formación y la *atractividad* [*attractiveness*] de cada niño”). Por lo demás, como ya hemos sugerido, las características de un mercado de capital humano (valorización, capitalización, apreciación, depreciación) no expresan sino las características de un mercado de trabajo contemporáneo, determinado por la superfluidad de la mano de obra y sus efectos derivados: inestabilidad en el empleo, movilidad, flexibilidad y diversificación de la trayectoria laboral²⁵.

4

Aunque ya se ha sugerido entre líneas, queda por explicitar —a modo de conclusión— en qué medida la noción de individuo como empresa que moviliza el concepto de Capital Humano nos ayuda a pensar la noción de individuo como marca. Para ello, podemos enumerar algunas representaciones comunes.

a) Ser una marca es ser un empresario. En tanto que marca, los individuos sobre los que escribe Peters no son sino “productores de capital que trabajan para sí mismos” (Schultz, 1968: 109)²⁶. La condición empresarial, que tiene a la idea de

²⁴ Cuyo artículo principal (Feher, 2009) traducimos para este mismo número.

²⁵ Véase, en esta línea, el artículo de Kellerman (2013).

²⁶ Traducción de Sonia Tancredi.

marca personal como una de sus variaciones y que se universaliza en paralelo al auge de la literatura managerial de principios de los 90, reúne a teóricos tan dispares como Tom Peters y Theodore Schultz²⁷. Así, como resume muy bien este último: “además de los hombres de negocios, hay mucha más gente que, en diferentes coyunturas en su ciclo vital, son empresarios; hay mucha más gente para la cual la demanda de lo que hacen depende de cambios en dinámicas económicas particulares y cuya oferta depende de la cantidad y habilidad y del valor económico de sus servicios (*inputs*)” (1980: 438). Por lo demás, como ya vimos, el hogar es una fábrica cuyas operaciones dirige un empresario. Entre sus tareas están la distribución de recursos, la producción de mercancías o la inversión en capital. De la misma manera, construir marca personal es fabricar una imagen, un prestigio y un *status* en función de unos recursos, de un entorno y de unas inversiones. La marca se produce igual que se producen las mercancías que contribuyen al capital humano; más aún: la marca (y todos sus atributos) es una *mercancía* que se produce dentro y fuera del hogar.

b) Ser una marca es ser una empresa en un mercado. La marca personal está, como todas las marcas, en un mercado que determina sus fases de cotización positiva y negativa; sus momentos de apreciación y de depreciación. La cotización o apreciación de un individuo en el mercado (o de una marca en el mercado de marcas) responde a movimientos inestables (como ejemplifica la estructura del capital social —que es, por otra parte, uno de los ingredientes principales de los que se nutre la marca—, en donde, por un lado, los «otros» me influyen a «mí» y «yo» influyo en los otros para «mi» beneficio), a jerarquías económicas y sociales (todo mercado de capital es un espacio jerarquizado o un “ránking”, como sugieren

Becker y Murphy —2000: 43—) y a espacios semirreglados (pues la valorización depende no tanto del objeto a valorar sino del resto de valoraciones). «Capital humano» y «marca personal» comparten también la estructura de sentido (el léxico, las normas) de las finanzas. Así, igual que una empresa, el éxito de una marca lo mide su accionariado, y su criterio de medida (su registro) es —también en ambos casos— su valor y su capacidad de valorizarse.

c) Constituirse como marca personal expresa una relación particular con el tiempo. Igual que observamos con el Capital Humano, producir «la marca que soy» implica redefinir los regímenes de temporalidad: por un lado, el de la diferencia entre tiempo de trabajo y tiempo de no trabajo (ocio o consumo); por otro lado, el de la relación entre el pasado, el presente y el futuro. Hacer del individuo una marca (igual que hacer del individuo una empresa o una forma de capital) presupone una consideración privilegiada del futuro. Como escribe Fisher, “en nuestra ignorancia acerca del futuro, fijamos nuestras valoraciones presentes en base a lo que esperamos que este sea” (1919: 188).

d) Pensar al individuo como marca implica ampliar el arco de sus habilidades rentables. Valorizarse como marca es tener un currículum reglado, pero sobre todo tener un comportamiento y un carácter. Ser una marca implica capitalizar todos los aspectos de la vida. Como vimos con el capital humano —y como muestra Michel Feher—, el prestigio, la estima o la distinción son valores que determinan la rentabilidad de una estrategia económica. Entre la idea de «marca personal» y la de «capital humano» se encuentra, en fin, el espacio de explotación de los intangibles (la experiencia, el estilo de vida, el amor) que caracteriza al trabajo en las sociedades contemporáneas²⁸.

²⁷ Es importante recordar que «capital humano» expresa el núcleo de una teoría que aparece a finales de la década de 1950 pero que continúa hasta bien entrado el siglo XXI —la época para la que, en el fondo, escribe Peters y a la que Becker denominará “la era del capital humano” (2002)—.

²⁸ Cf. para este nuevo espacio de explotación el texto de Morini (2014).

BIBLIOGRAFÍA

- Alba Rico, S. (2017), *Ser o no ser (un cuerpo)*. Barcelona, Seix Barral.
- Becker, G. (1957), *The Economics of Discrimination*. Chicago, University of Chicago Press.
- Becker, G. (1962): “Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis”, *Journal of Political Economy*, 70(5): 9-49.
- Becker, G. (1965): “A Theory of the Allocation of Time”, *The Economic Journal*, 75(299):493-517.
- Becker, G. (1975): “A Theory of the Allocation of Time and Goods over the Life Cycle”, en G. Ghez y G. Becker, *The Allocation of Time and Goods over the Life Cycle*; pp. 1-45.
- Becker, G. (1976a): “The Allocation of Time and Goods Over Time”, en G. Becker, *The Economic Approach to Human Behaviour*. Chicago, The University of Chicago Press; pp. 115-130.
- Becker, G. (1976b): “On the New Theory of Consumer Behaviour”, en G. Becker, *The Economic Approach to Human Behaviour*. Chicago, The University of Chicago Press; pp. 131-149.
- Becker, G. (1976c): “A Theory of Marriage”, en G. Becker, *The Economic Approach to Human Behaviour*. Chicago, The University of Chicago Press; pp. 205-250.
- Becker, G. (1976d): “A Theory of Social Interactions” en G. Becker, *The Economic Approach to Human Behaviour*. Chicago, The University of Chicago Press; pp. 253-281.
- Becker, G. (1991), *A Treatise on the Family*. Cambridge (MA), Harvard University Press.
- Becker, G. (1993), *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago, The University of Chicago Press.
- Becker, G. (1996), *Accounting for Tastes*. Cambridge (MA), Harvard University Press.
- Becker, G. (2002): “The Age of Human Capital”. Recuperado de https://www.hoover.org/sites/default/files/uploads/documents/0817928928_3.pd.
- Becker, G. y Murphy, K. (2000), *Social Economics. Market Behaviour in a Social Environment*. Cambridge (MA), The Belknap Press of Harvard University Press.
- Ben-Porath, Y. (1967): “The Production of Human Capital and the Life Cycle of Earnings”, *Journal of Political Economy*, 75(4):352-365.
- Ben-Porath, Y. (1970): “The Production of Human Capital over Time”, en L. Hansen (ed.) *Education, Income and Human Capital*; pp. 129-154.
- Blaug, M. (1976): “The Empirical Status of Human Capital Theory: A Slightly Jaundiced Survey”, *Journal of Economic Literature*, 14(3):827-855.
- Bourdieu, P. (1979/1988), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.
- Coleman, J. (1988): “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Sociology*, 94:S95-S120.
- Cooper, M. (2017), *Family Values. Between Neoliberalism and the New Social Conservatism*. New York, Zone Books.
- Feher, M. (2009): “Self-Appreciation; or, The Aspirations of Human Capital”, *Public Culture*, 21(1):21-41.
- Fisher, I. (1919), *The Nature of Capital and Income*. New York, The MacMillan Company
- Fisher, I. (1930), *The Theory of Interest, as determined by Impatience to Spend Income and Opportunity to Invest it*. Indiana, The Online Library of Liberty.
- Grossman, (1972): “On the Concept of Health Capital and the Demand for Health”, *Journal of Political Economy*, 80(2):223-255.
- Kellerman, A. (2013): “El empleado doblemente libre. El individuo extenuado después de su hundimiento”, *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, 5:103-131.
- Marx, K. (1867/2017), *El Capital*. Libro primero. Madrid, Siglo XXI.
- Marx, K. (1894/2017), *El Capital*. Libro tercero. Madrid, Siglo XXI.
- Mincer, J. (1962): “On-the-Job Training: Costs, Returns, and Some Implications”, *Journal of Political Economy*, 70(5):50-79.
- Morini, C. (2014), *Por amor o a la fuerza. Feminización del trabajo y biopolítica del cuerpo*. Madrid, Traficantes de Sueños.

- Mushkin, S. (1962): "Health as an Investment", *Journal of Political Economy*, 70(5):129-157.
- Peters, T. (1997): "The Brand Called You", *Fast Company*. Recuperado de <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>
- Rosen, S. (1973): "Human Capital and the Internal Rate of Return", en *Proceedings of Industrial Relations Research Association Annual Meeting* (December 28-29); pp. 243-250.
- Schultz, T. (1961): "Investment in Human Capital", *The American Economic Review*, 51(1):1-17.
- Schultz, T. (1962): "Reflections on Investment in Man", *Journal of Political Economy*, 70(5):1-8.
- Schultz, T. (1968), *Valor económico de la educación*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana.
- Schultz, T. (1971), *Investment in Human Capital. The Role of Education and of Research*. New York, The Free Press.
- Schultz, T. (1972): "Human Capital: Policy Issues and Research Opportunities", en *Schultz, Economic Research: Retrospect and Prospect Vol 6: Human Resources*; pp. 1-84.
- Schultz, T. (1980): "Investment in entrepreneurial activity", *The Scandinavian Journal of Economics*, 82(4):437-448.
- Vázquez, F. (2005): "Empresarios de nosotros mismos. Biopolítica, mercado y soberanía en la gubernamentalidad neoliberal", en J. Ugarte (ed.), *La administración de la vida. Estudios biopolíticos*. Anthropos, Barcelona; pp. 73-103.