

# ILUMINANDO A LOS AGLOMERADOS PRODUCTIVOS DESDE LA FILOSOFÍA

## ILLUMINATING THE PRODUCTION CLUSTERS FROM PHILOSOPHY

**Marsanasco, Ana María**

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires  
Ciudad de Buenos Aires, Argentina  
[amarsanasco@gmail.com](mailto:amarsanasco@gmail.com)

Fecha de recepción: 15/04/13 - Fecha de aprobación: 29/05/13

### RESUMEN

Durante las últimas décadas se ha observado en la Argentina el desarrollo de estructuras asociativas caracterizadas por la integración de actores empresariales y no empresariales. Como parte de este proceso, surgen los aglomerados productivos y, conjuntamente, un marco teórico que da respuesta a las especificidades y demandas de este tipo de organizaciones.

Este corpus teórico, denominado enfoque tradicional, reúne modelos y teorías que establecen la formación y desarrollo de los aglomerados productivos en Argentina. Es decir, es el paradigma predominante desde el cual se ilumina a estas organizaciones.

En este contexto, el presente trabajo expone los principios de la teoría elaborada a fin de comprender las representaciones que los actores empresariales de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) construyen acerca de la conformación y morfología del aglomerado productivo que integran, y su relación con la generación de innovaciones. Estos principios comprenden las perspectivas epistemológicas de Cornelius Castoriadis y Martin Heidegger.

**PALABRAS CLAVE:** Aglomerados Productivos; Castoriadis; Heidegger; Imaginario; Innovación; Ontología.

### ABSTRACT

In recent decades there has been observed in Argentina the development of associative structures characterized by the integration of business and non-business actors.

---

“Visión de Futuro” Año 10, Volumen N°17, N° 2, Julio - Diciembre 2013

URL de la Revista: [www.fce.unam.edu.ar/revistacientifica/](http://www.fce.unam.edu.ar/revistacientifica/)

URL del Documento: [http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=335&Itemid=72](http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=335&Itemid=72)

ISSN 1668 – 8708 - Versión en Línea

ISSN 1669 – 7634- Versión Impresa

E-mail: [revistacientifica@fce.unam.edu.ar](mailto:revistacientifica@fce.unam.edu.ar)

As part of this process, production clusters emerge, and together, a theoretical framework that responds to the specific needs and demands of these organizations.

This body of theory, called traditional approach, gathers models and theories that establish the training and development of production clusters in Argentina. That is, is the dominant paradigm from which these organizations lights.

In this context, this paper presents the principles of the theory developed to understand the representations that corporate actors of Small and Medium Enterprises (SMEs) build on the formation and morphology of the agglomerate comprising production, and their relationship with the generation of innovations. These principles include epistemological perspectives of Cornelius Castoriadis and Martin Heidegger.

**KEYWORDS:** Clusters Production; Castoriadis; Heidegger; Imagination; Innovation; Ontology.

## **INTRODUCCIÓN**

El examen que proponemos en esta exposición parte de un análisis crítico y reflexivo de lo que se conoce como el enfoque tradicional. Esto es, el conjunto de aportes teóricos y modelos esencialmente seguidos para estudiar la temática de los aglomerados productivos (AP) o clusters, tales como las teorías y modelos de Christaller, Perroux, Hirschman, Porter, y Pietrobelli y Rabellotti, entre otros.

La formación de clusters en Argentina sienta sus bases sobre este enfoque, el cual también determina las investigaciones empíricas. Sus lineamientos constituyen paradigmas reconocidos que desde hace varias décadas han aportado modelos de problemas y soluciones para estudiar a este tipo de organizaciones.

Fue así como, previo a vislumbrar el objetivo de la investigación, ya teníamos una noción acerca de aquello que nos proponíamos investigar: nos encontrábamos dentro del paradigma establecido y en el contexto del conjunto de marcos conceptuales que éste propone, diseñamos la investigación. Luego, al comprender los alcances y limitaciones del paradigma desde el cual miramos a los AP, resultó insoslayable examinarlo críticamente, previo a continuar estudiando otros AP con el programa de investigación inicialmente diseñado. Consecuentemente, se delineó una metodología esencialmente heurística:

formulamos interrogantes que abrieran al entendimiento, la reflexión y la identificación del problema de investigación. La presentamos a continuación.

## DESARROLLO

### 1. Detección del problema de investigación

Los problemas suelen ser el comienzo de cualquier investigación. Ciertamente, podríamos referir en un párrafo el problema identificado, no obstante, creemos más atinado y enriquecedor para comprender cómo se fueron originando y relacionando las ideas, describir cómo se detectaron realidades que, fruto de esa distinción, se transformaron en problemáticas: se presentaron como incógnitas a responder.

Durante junio de 2010 se llevó a cabo una investigación de campo en el aglomerado productivo metalmecánico de la Ciudad de Olavarría, Provincia de Buenos Aires. El cluster en estudio ha sido creado con apoyo del Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR) y su objetivo de formación está asociado a actividades de innovación.

Los objetivos de aquella investigación fueron los siguientes:

Objetivo general: describir los procesos de gestión del conocimiento en el AP en estudio.

Objetivos particulares:

- Analizar la capacidad de aprendizaje.
- Comprender la naturaleza del conocimiento generado en el grupo.

A fin de concretar estos objetivos, se definieron y midieron diferentes variables<sup>1</sup>. Luego, el análisis de los datos reveló que existían diferencias significativas en variables como estrategia, cultura y estilos de aprendizaje, es decir, al menos un par de empresas presentaban diferencias significativas en sus respuestas.

Tales conclusiones colocaron bajo sospecha al enfoque tradicional, es decir, ese marco desde el cual habíamos mirado a los AP y, principalmente, a una de sus hipótesis: la homogeneidad. Hipótesis que presenta a los AP como configuraciones homogéneas, armónicas, sin conflictos y dotadas de un claro y compartido entendimiento de su operatoria por parte de sus actores.

---

<sup>1</sup> Un análisis pormenorizado de este estudio puede encontrarse en: Marsanasco, A.; García, P. (2013); Marsanasco, A.; Fernández Loureiro, E.; García, P. (2012) y Marsanasco, A.; García, P. (2010), citados en la bibliografía.

Indiscutiblemente, los resultados de la investigación refutaban la hipótesis de homogeneidad, no obstante, maduramos que un único caso refutativo era insuficiente para pensar en construir una teoría complementaria, o sea, una mirada desde arriba a fin de comprender los resultados de la investigación.

Se realizó, entonces, una revisión bibliográfica<sup>2</sup> de diferentes trabajos teóricos y empíricos. Ésta proporcionó similares conclusiones acerca de las limitaciones del enfoque tradicional para explicar los casos no exitosos de AP y reconocer la existencia de heterogeneidades internas. En este sentido, los trabajos relevados señalan que el acceso de los actores a los flujos de información y a los vínculos, es desigual y heterogéneo. Algunos actores son más receptivos para determinados niveles de externalidades tecnológicas disponibles.

De este modo, se apreció que desde el paradigma establecido no era posible explicar las conclusiones de diversos estudios de campo realizados en diferentes lugares del mundo; se produjo una discrepancia entre la teoría y la observación.

Sobre la base de estas reflexiones, surgió la siguiente pregunta: ¿por qué los actores empresariales construyen diferentes perspectivas acerca de la conformación y morfología del AP que integran?

La formulación de este interrogante comenzó a orientar la búsqueda de respuesta en la Filosofía. Exponemos, a continuación, el proceso de construcción y relación de las corrientes epistemológicas seleccionadas a fin de construir una visión particular sobre los aglomerados productivos.

## **2. El imaginario como estado de interpretación de los actores**

El interrogante planteado revela una búsqueda de supuestos. Adoptar supuestos, dar sentido, justificar toma de posición, son actitudes típicamente filosóficas. Surgió así la noción de trastienda como el detrás, lo que subyace en la construcción heterogénea acerca del AP en los actores empresariales.

En la construcción de esta trastienda, se llegó a los aportes de Cornelius Castoriadis y la concepción que ofrece del término imaginario social en el libro *La institución imaginaria de la sociedad*. El imaginario social es una expresión que utiliza el autor para referirse a las representaciones sociales. De hecho, afirma, lo que a menudo llamamos realidad es obra del imaginario. Veamos de qué se trata.

---

<sup>2</sup> El lector interesado en consultar las fuentes bibliográficas (citadas también en la bibliografía) puede remitirse a: Antonelli, C. (2000); Evers, H. D. (2008), Fernández Satto, V. R. y Vigil Greco, J. I. (2007); Marsanasco, A. (2013); Tallman, S.; Jenkins, M.; Henry, N. y Pinch, S. (2004).

La visión que solemos construir para explicar la existencia de las instituciones tiene un tinte económico y funcional. A través de esta visión, dice Castoriadis (2010), explicamos tanto la existencia de la institución como sus características por la función que ella cumple en la sociedad, y por su papel económico en el conjunto de la vida social. Pero esta perspectiva funcionalista es limitada, no permite describir ni comprender significaciones que no sólo escapan a la funcionalidad sino, al mismo tiempo, la funcionalidad tiene significaciones que ella misma no explica.

Interpretando a Castoriadis (2010), una sociedad no puede reducirse al cumplimiento de una serie de funciones porque ella define constantemente tanto nuevos modos de responder a sus necesidades como nuevas necesidades. ¿De qué modo se dan entonces las instituciones si lo funcional no las explica completamente? Castoriadis (2010) responde que se da en lo simbólico. Pero nos advierte que si bien lo simbólico es el modo de darse la institución, ésta no se reduce a él. En efecto, continúa, una organización dada de la economía existe socialmente como sistema simbólico sancionado. Consiste en ligar a símbolos (a significantes) unos significados (representaciones, órdenes, connotaciones a hacer o a no hacer, etc.) y en hacerlos valer como tales, es decir, convertir a este vínculo más o menos forzado para la sociedad.

Luego, el autor vislumbra un problema de significaciones históricas: los resultados reales de la acción histórica de los hombres no terminan siendo aquellos a los cuales habían apuntado sus protagonistas. Circunstancia que plantea un problema central: estos resultados no previstos tienen una significación y se presentan como coherentes. Además, estas significaciones no están totalmente sometidas al contenido que transmiten, pertenecen a estructuras ideales que le son propias: lo simbólico. Todo lo que se nos presenta está tejido en una red simbólica. Nos encontramos con lo simbólico en el lenguaje pero, también, menciona, lo hallamos en las instituciones. Cada institución constituye una red simbólica que superviene parcialmente de los símbolos: el simbolismo no puede tomar sus signos en cualquier lugar, ni tampoco un signo cualquiera, corresponde tomar su materia en lo que ya se encuentra ahí (lo histórico), por tanto, su constitución no es libre y parece no ser totalmente adecuado para el funcionamiento de los procesos reales.

Nos detenemos. En este punto conviene recordar algunas cuestiones. El signo es una realidad dual, compuesta por el significante (lo que percibimos) y el significado (lo que decodificamos). Por ejemplo, ante un cruce ferroviario con barrera baja (significante) decodificamos peligro porque va a pasar el tren (significado). El intérprete es quien realiza la acción de decodificar el signo una vez que comprende su significante. Cuando analizamos

un signo observamos su significante, es decir, su soporte material; pero esto no sucede cuando interpretamos un símbolo porque al hacerlo el soporte material se desplaza para dar lugar al imaginario.

Una red simbólica, siguiendo a Castoriadis (2010), parece no ser suficiente para comprender las instituciones porque esta red, por definición, remite a otra cosa que al simbolismo. ¿A qué remite? Refiere a significaciones que pueden corresponder a lo percibido, a lo racional, o a lo imaginario.

En síntesis, lo que nos está diciendo Castoriadis (2010) es que hay cuestiones reales que aunque son importantes para el funcionamiento de una sociedad, presentan una realidad dual: la perspectiva económica-funcional y el papel del imaginario. Luego, se observa una relación recíproca entre lo simbólico y lo imaginario: lo imaginario debe utilizar lo simbólico tanto para expresarse como para derivar de lo virtual a cualquier otra cosa más pero, inversamente, lo simbólico presupone a lo imaginario ya que reconoce la capacidad de ver en una cosa lo que no es.

### **3. El imaginario en la interpretación de los actores de un aglomerado productivo**

A partir del enfoque de Castoriadis (2010) se distingue que en lo imaginario la sociedad busca el complemento necesario de su orden. Por consiguiente, sería posible interpretar que, como en el imaginario se encuentra algo que no es posible reducir a lo funcional y es el sentido del imaginario el que le confiere a los factores reales tal importancia, los actores de un AP pueden buscar en él un complemento al funcionamiento del AP. Dicho en otros términos, en la búsqueda de una comprensión de la operatoria del AP sus actores construyen el imaginario, o sea, el conjunto de representaciones, significaciones, símbolos y nociones que no se encuentran en lo funcional, sino que subyacen en él.

A raíz de ello, también, se ha comenzado a manifestar el problema de significaciones históricas que señala Castoriadis (2010): los resultados reales del funcionamiento de estas formas organizacionales podrían ser disímiles a aquellos que inicialmente habían previsto los organismos protagonistas de su creación. Pero, desde el enfoque tradicional de los AP, estos resultados no previstos no son significativos ya que no se presentan como coherentes en el marco del enfoque. Cuando, en realidad, sí son relevantes y conformes con el imaginario de los actores empresariales del AP.

Castoriadis (2010), tal como proyectamos a hacerlo nosotros pero en los AP en el siguiente apartado, da relevancia a las connotaciones dentro de una sociedad diciendo que

a lo largo de la historia los nombres de las colectividades no se limitaron a denotarlas, sino que también las connotaron. El análisis sobre los significados conduce al autor a sostener que éstos remiten tanto a representaciones simbólicas como a connotaciones imaginarias. Y cada una es válida y verdadera para el sujeto, ya que él mismo las construye desde su imaginario. Dicho de otra manera, las significaciones de los empresarios de un AP involucran una subjetividad matriz en la cual se apoya el imaginario social que (como representaciones simbólicas) son insuficientes para revelar el modo de ser o el sentido del AP, porque la construcción de los simbolismos no se hacen en total libertad.

El simbolismo, como señalamos anteriormente, se toma de las significaciones históricas, y éstas, junto a la acción conjunta de los actores del AP, derivan en conexiones entre significantes y significados que no estaban previstas pero, sin embargo, parecen coherentes, no por las determinaciones de lo simbólico, sino por el componente imaginario de todo simbolismo. Por tanto, la visión del simbolismo no es sino parcialmente adecuada para responder que los actores se encuentren identificados con el AP que integran, será menester tomar en cuenta también lo imaginario.

Así las cosas, la polisemia de significaciones que connota el concepto aglomerados productivos es creadora de un conjunto de imaginarios en sus actores. Estos imaginarios, a su vez, pueden no referirse a algo, vale decir, son significaciones a partir de las cuales una multitud de cosas son representadas, reflejadas y gestionadas. Y entre ellas nos interesa detectar y conocer las que tienen incidencia en la capacidad de innovación del AP.

Lo expuesta hasta aquí, no se relaciona con la abstracción del teórico que distingue un aspecto de los procesos y la operatoria entre las firmas de un AP, a fin de estudiarlos con mayor profundidad. En este contexto, el teórico no podrá llevar a cabo un enfoque revelador si la significación aglomerado productivo no hubiera ya surgido y no hubiera sido implícitamente instituida. De lo que se trata, apunta Castoriadis (2010), no es de inventar nuevos vocablos para lo que estamos aquí discutiendo, sino más bien en comprender que lo que éstos encarnan no es identificable por medio de las categorías gramaticales según las cuales estamos habituados a pensar. Los imaginarios de un AP no son figuras o formas, ni conceptos; en ellos se fundan las condiciones y orientaciones comunes de lo factible y lo representable para sus actores.

Así pues, creemos ineludible reconocer la importancia de las representaciones de los actores de un aglomerado productivo en su génesis de formación, y, principalmente, al momento de encarar el desarrollo de los procesos de generación de innovaciones puesto

que la visión actual de la operatoria de los AP, que parece tender a reducir su significación a lo funcional, es acotada.

En el imaginario se revelaría el modo de Ser o el sentido de un AP en la medida de que trata sobre una creación de la cual ni la realidad, ni la racionalidad, ni las leyes del simbolismo pueden responder completamente. Reflexionamos sobre esta cuestión en el siguiente apartado.

#### **4. Hacia la comprensión del modo de Ser de los aglomerados productivos**

Todas las organizaciones en algún momento de su desarrollo intentan dar respuesta a cuestiones fundamentales: ¿cuál es la naturaleza de la organización?, ¿para qué existen?, ¿qué deseamos que sea la organización en el futuro? Estas preguntas, por cierto ontológicas, suelen responderse en las declaraciones de misión y visión. Estas declaraciones definen la identidad de una organización en la medida que se hagan operativas, ergo: toda la empresa las conozca y se identifique con ellas.

¿Qué ocurre en los AP? Hay varias empresas independientes que los conforman, pero al aglomerarse para alcanzar un objetivo común intentan transformarse en una unidad. La formulación de las preguntas ontológicas, y en especial su operatividad, derivan en un proceso más complejo, proceso en el cual tiene lugar el imaginario de los actores.

Entendemos que el papel del imaginario es proporcionar a las preguntas ontológicas respuestas que lo real ni lo racional pueden aportar y, además, en los AP sería plausible encontrarse con una multiplicidad de respuestas. Entonces podría ocurrir que el cluster se constituya haciendo emerger en su actividad respuestas de hecho a estas preguntas, propias de cada empresario pero no necesariamente concurrentes tanto entre los actores empresariales como no empresariales del AP.

El AP podría, así, derivar en una variedad de significaciones acerca de sí mismo. Y el mismo Castoriadis (2010), tal como señalamos en renglones precedentes, otorga importancia a la diversidad de significados para las colectividades a lo largo de la historia. Lo cual significaría que el término aglomerado productivo no sólo expresa la forma asociativa del grupo sino que también evoca un significado en sus miembros. Significado que es imaginario pero al mismo tiempo, menciona, “se constituye, cobra peso y se materializa en la institución que ubica la colectividad como existente...que responde a la pregunta por su Ser y por su identidad refiriéndolas a unos símbolos que la unen a otra realidad” [Castoriadis, C., 2010, p. 236]<sup>(1)</sup>.

---

“Visión de Futuro” Año 10, Volumen N°17, N° 2, Julio - Diciembre 2013

URL de la Revista: [www.fce.unam.edu.ar/revistacientifica/](http://www.fce.unam.edu.ar/revistacientifica/)

URL del Documento: [http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=335&Itemid=72](http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=335&Itemid=72)

ISSN 1668 – 8708 - Versión en Línea

ISSN 1669 – 7634- Versión Impresa

E-mail: [revistacientifica@fce.unam.edu.ar](mailto:revistacientifica@fce.unam.edu.ar)

Prestemos atención a esto. Para el filósofo griego la Nación es la institución que se materializa para dar existencia a la comunidad y dar respuesta a la pregunta por su Ser. ¿Y en los AP? En ellos la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Sepyme) y el FONTAR son las principales instituciones que desempeñan la función de identificación. Lo que está en cuestión aquí, obviamente, no es la posibilidad de respuesta de estos organismos en cuanto al sentido del Ser de los AP sino, más bien, la otra realidad que de ellas se construye, ergo: apariencias.

Sostenemos que, si bien es cierto que estas instituciones refieren tales respuestas tanto sobre la base de los proyectos presentados como en el intercambio con los actores no empresariales y empresariales, e indicadores (símbolos para Castoriadis), también existen casos de aglomeración no exitosos que presentan al enfoque tradicional como apariencias o bien, si se prefiere, una realidad diferente a la construida por los empresarios que integran los AP. Y, sobre todo, son estas apariencias las que encubren la cuestión de las diferencias entre las significaciones imaginarias.

Es evidente que lo que cuestionamos aquí es la interpretación netamente funcionalista construida sobre la operatoria de los AP. Entendiendo con ello el enfoque que sólo pone de relieve tanto la existencia de los AP como sus características por la función que ellos cumplen para el intento de desarrollo de las PyMEs y por su rol en la trama productiva regional; enfoque que parece no reconocer la importancia del imaginario y reduce a los AP a ella, a la vez que pretende suponer una integral comprensión de este tipo de estructuras organizacionales a partir de esta visión, cuando de hecho es limitada ya que no permite describir ni comprender significaciones que llevan consigo a la funcionalidad.

Lo que estamos queriendo decir es que un AP no puede existir sin una serie de funciones que se cumplan, pero su existencia no se reduce a esto. Como estructura asociativa tendrán que inventar y definir modos de responder a sus necesidades, como también nuevas necesidades.

Creemos que en este punto podríamos decir que hemos argumentado desde qué referencial apreciamos de imaginario el enfoque de las empresas como partícipes del AP. Pero aquí no se agota la cuestión, por el contrario, se torna sugestiva. Ciertamente, nos encontramos en un nivel de análisis más profundo y más complejo.

Veamos. Ya se ha tratado de mostrar que las significaciones involucran la subjetividad de sus actores, subjetividad que se apoya, siguiendo a Castoriadis (2010), en el imaginario. También se ha mencionado que el rol de las significaciones imaginarias es dar respuesta a las preguntas ontológicas y, así, revelan el modo de Ser o el sentido del AP. En suma, toda

comprensión del sentido de un AP remite al imaginario de sus actores, en otras palabras, lo imaginario refiere siempre a otra cosa, en esta ocasión, a la percepción de los actores del AP. Por ello, a los fines que aquí son los nuestros, constituye un medio de acceso al ente verdadero, es decir, al Ser-AP. En este sentido, Castoriadis (2010) menciona que la respuesta a la pregunta ¿por qué hay significaciones imaginarias y no más bien nada? remite a la misma pregunta. Lo citamos:

“No responderemos a estas preguntas (¿por qué, al fin y al cabo, hay significación? ¿Por qué hay algo y no más bien nada?), no alcanzamos a comprender cómo podría haber nunca «respuesta» que no fuera ipso facto una iteración de la pregunta, sino que simplemente tratamos de elucidar la situación en la cual nos encontramos y que es globalmente inspeccionable, cuando comprobamos que la sociedad sólo es en tanto se instituye y es instituida, y que la institución es inconcebible sin la significación” [Castoriadis, C., 2010, p. 558]<sup>(2)</sup>.

El autor, aquí, manifiesta la estructura circular de la comprensión que, según Vattimo (1996), constituye uno de los núcleos teóricos más relevantes de todo el libro de Heidegger *Ser y Tiempo*. Profundizaremos sobre este núcleo en el siguiente apartado en el cual expondremos las ideas principales del pensamiento de Heidegger acerca de la pregunta por el sentido del Ser. Asimismo, la extensión de nuestro discurso en esta dirección no va en un solo sentido; es decir, habiendo detectado el problema de investigación, que recordemos se basa esencialmente en el imaginario no problematizado que subyace a la concepción de los AP y su relación con la innovación, creemos que puede construirse una explicación adecuada desde el punto de vista de una nueva reformulación ontológica.

## **5. ¿Por qué hay aglomerados productivos y, no más bien, nada?**

En este apartado nos proponemos fundamentar la naturaleza ontológica del imaginario como modo de articular la comprensión de los AP por parte de los actores empresariales.

La pregunta que titula el apartado remite al interrogante fundamental de la metafísica. Martin Heidegger retoma la pregunta de Leibniz: ¿por qué hay ente y no más bien nada? El pensador alemán comenta, en la primera parte de su libro *Ser y Tiempo*, que esta pregunta por el sentido del Ser no sólo no ha sido resuelta, ni suficientemente planteada, sino que ha caído en el olvido. El hombre progresivamente se ha ido olvidando de su contenido existencial, desembocando en la caída del Ser y en su abandono.

Heidegger formula una ontología que diferencia el Ser de los entes. El error de la metafísica, piensa, es una confusión entre el Ser y los entes: hay una diferencia ontológica entre ellos que debiera ser la base de la metafísica. Sin embargo, aunque la diferencia ontológica consiste en no confundir el Ser con los entes, el modo que tenemos de

---

“Visión de Futuro” Año 10, Volumen N°17, N° 2, Julio - Diciembre 2013

URL de la Revista: [www.fce.unam.edu.ar/revistacientifica/](http://www.fce.unam.edu.ar/revistacientifica/)

URL del Documento: [http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=335&Itemid=72](http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=335&Itemid=72)

ISSN 1668 – 8708 - Versión en Línea

ISSN 1669 – 7634- Versión Impresa

E-mail: [revistacientifica@fce.unam.edu.ar](mailto:revistacientifica@fce.unam.edu.ar)

acercarnos a la comprensión del Ser es, precisamente, a través de uno de los entes: el Dasein, el Ser que está en el mundo.

De acuerdo con Heidegger (1927), el ente que se pregunta por el Ser es el Dasein (el hombre, de conformidad con el uso del término que hace Vattimo) entendiendo este término en el sentido de existencia (trascendencia) situada (en el mundo), el Ser-ahí: ser que está ahí, en el mundo. El ahí del Dasein es el mundo. Heidegger (1927) se pregunta por qué el hombre ha olvidado al Ser, y contesta que los hombres al ponderar los entes se han concentrado en el dominio de las cosas y han olvidado al Ser.

Los entes o cosas, según Heidegger (1927), a diferencia del Dasein, no están animados de existencia. Son entes referenciales, ergo: dependientes de los proyectos del hombre. Las cosas no tienen Ser, son como entes a la mano que sólo cobran significatividad cuando un proyecto del Dasein las incorpora. En tanto la esencia del Dasein consiste en su existencia. Lo citamos:

“Los caracteres destacables en este ente no son, por consiguiente, propiedades que estén ahí (...) sino siempre maneras de ser posibles para él, y sólo eso (...) Por eso el término Dasein con que designamos a este ente, no expresa su qué, como mesa, casa, árbol, sino el ser” [Heidegger, M., 1927, p.51]<sup>(3)</sup>.

Que las cosas sean instrumentos, dice Vattimo (1996), no significa que todas sean medios utilizados por el Dasein efectivamente, sino que los entes se presentan al hombre provistos de cierta significación. Las cosas se le dan al Dasein provistas de una función; otorgarles una función es una primera manera de brindarles un significado: el significado de útiles. Y los entes se le manifiestan como cosas sólo si se insertan en una totalidad de significados de la cual el hombre ya dispone.

Precisamente, pensamos que aquí yace la idea de comprensión circular mencionada en el apartado precedente: el mundo se nos presenta sólo en la medida en que ya tenemos cierto patrimonio de ideas y prejuicios, dice Vattimo (1996), los cuales nos guían en el descubrimiento de las cosas.

Así, el Dasein se encuentra arrojado en el mundo hacia sus posibilidades porque el hombre, para el filósofo alemán, es realidad, entendida ésta como posibilidad, no como existencia meramente fáctica. Así, por ejemplo una mesa es porque jamás podrá ser otra cosa que una mesa, pero los hombres no-son porque estamos arrojados a nuestras posibilidades y éstas nos constituyen. Dejemos que lo diga Heidegger:

“El Dasein es cada vez su posibilidad, y no la tiene tan sólo a la manera de una propiedad que estuviera ahí. Y porque el Dasein es cada vez esencialmente su posibilidad, este ente puede en su ser escogerse, ganarse a sí mismo, puede

perderse, es decir, no ganarse jamás o sólo ganarse aparentemente” [Heidegger, M., 1927, p. 52]<sup>(4)</sup>.

Ahora, hay una posibilidad que está presente en todas y cada una de las posibilidades del hombre: la posibilidad de morir. Dice Vattimo (1996): “la muerte es la posibilidad de la imposibilidad de toda otra posibilidad” [Vattimo, G., 1996, p. 48]<sup>(5)</sup>. El Dasein es un ser abierto a sus posibilidades pero la muerte está presente en todas las demás.

Lo que nos está diciendo Heidegger (1927) es que el hombre es un ser metafísico: va más allá de lo físico, de todas las cosas, más allá (trasciende) de su presencia fáctica. Es el único que se pregunta por el sentido de su existencia y vive sabiendo que va a morir. Ante este poder-ser hacia la muerte el Dasein se angustia y al angustiarse toma conciencia de su finitud. La angustia le revela al hombre su finitud en el mundo, es decir, la nada que puede llegar a no ser nada, a no ser. La experiencia de la muerte es la experiencia de la nada. Dice Heidegger:

“La angustia tampoco ve un determinado aquí o allí desde el que pudiera acercarse lo amenazante. El ante-qué de la angustia se caracteriza por el hecho de que lo amenazante no está en ninguna parte. La angustia no sabe qué es aquello ante lo que se angustia” [Heidegger, M., 1927, p.187]<sup>(6)</sup>.

¿Hacia dónde nos lleva todo esto? El hombre al enfrentar su finitud busca trascenderse a sí mismo y es precisamente este anticipar(se) a la muerte el que hace surgir la temporalidad del Dasein. ¿De qué manera busca trascender el hombre? A través del arte, la pintura, la filosofía, y todas las demás expresiones que encierran la idea de que “el hombre sea algo que tiende más allá de sí mismo” [Heidegger, M., 1927, p. 58]<sup>(7)</sup>.

Ahora bien, cuando decimos todas las demás expresiones, acaso, ¿no estamos incluyendo también a las organizaciones?, dicho en otros términos, ¿las organizaciones no son también una expresión de la trascendencia buscada por el hombre al asumir su existencia finita? La respuesta, pensamos, no debería indagarse en las definiciones de organización formuladas por los teóricos del management. Desde nuestro parecer, creemos más revelador remitirse a la trastienda ontológica de la pregunta.

Veamos bien. Hemos formulado una pregunta en la cual cuestionamos si las organizaciones son una forma de trascendencia del hombre. Lo puesto en cuestión aquí es el Ser de las organizaciones qua trascendencia. De lo que se desprende que el Ser de la organización no es ella misma. Estamos interrogando a la organización respecto de su Ser, y, como dice Heidegger (1927): “el Ser se encuentra en el hecho de que algo es y en su Ser-ahí, en la realidad, en el estar-ahí, en la consistencia, en la validez, en el existir [Dasein], en

el ahí” [Heidegger, M., 1927, p. 17]<sup>(8)</sup>. Esto significa que el Dasein establece las relaciones en el mundo. El hombre es el ente humano que al relacionar las cosas les asigna significado. Son los proyectos del hombre los que dan sentido e importancia a las cosas del mundo.

Entonces, si las organizaciones se presentan como una forma de trascendencia de los hombres, también surgiría la pregunta sobre el Ser de la organización, en el tema que nos ocupa, el Ser del AP: Ser-AP, es decir, la pregunta sobre cuál es el sentido del Ser-AP. Pero esta pregunta debe formularse desde algún ente humano. De acuerdo con Heidegger (1927), es el Dasein quien presenta el problema del Ser en tanto, para nuestra investigación son los actores empresariales del AP. ¿Por qué nos atrevemos a establecer esta semejanza? Porque son los empresarios quienes, al igual que el Dasein (o como tales), se preguntan por el Ser, es decir, por el sentido del AP del cual son parte. Surge entonces la pregunta: ¿por qué hay aglomerados productivos?

Esta pregunta, además, se formula en el tiempo: el Dasein es histórico. Lo cual temporaliza la pregunta por el Ser. Expresa Heidegger:

“Aquello desde donde el Dasein comprende e interpreta implícitamente eso que llamamos el Ser, es el tiempo. El tiempo deberá ser sacado a la luz y deberá ser concebido genuinamente como el horizonte de toda comprensión del Ser y de todo modo de interpretarlo. Para hacer comprensible esto se requiere una explicación originaria del tiempo como horizonte de la comprensión del Ser a partir de la temporalidad en cuanto Ser del Dasein comprensor del ser” [Heidegger, M., 1927, p. 28]<sup>(9)</sup>.

El tiempo se transforma en el horizonte trascendental de toda comprensión e interpretación del Ser. Volveremos sobre esta cuestión en breve.

Se unen así en esta investigación los conceptos de Ser y tiempo, y son los actores empresariales del AP quienes los ligan: el Ser-AP surge porque estos actores se preguntan por él, es decir, hay pregunta por el Ser porque hay actores. Al ser estos actores históricos (como el Dasein), además, se temporaliza la pregunta por el Ser, dando lugar al concepto de tiempo.

En suma, creemos que la formulación de la pregunta por el Ser-AP nos ofrece el hilo conductor para la investigación que aquí se propone como una posibilidad ontológica. Esta pregunta está inmersa en la comprensión del Dasein porque, siguiendo a Heidegger (1927), el comprender, como apertura del mundo, atañe siempre a la totalidad de estar en el mundo. Esto significa que para que una organización formule la pregunta por su Ser debe haber comprendido previamente lo que en ella se ha de interpretar.

Hagamos aquí una pausa y reflexionemos sobre lo expuesto: al surgir el interrogante por el Ser del AP, el Ser se hace visible en su carácter temporal: el AP en el comienzo es un proyecto de trascendencia referenciado a sus miembros pero, en algún momento de esta temporalidad, la organización asume un estado existencial como no-sujeto<sup>3</sup>; es decir, según nuestra interpretación, la organización en el transcurso del tiempo además de ser un proyecto en referencia a sus miembros, comienza a tener existencia independientemente de ellos. De igual modo, por un razonamiento análogo, entendemos que la organización como no-sujeto va a buscar su trascendencia, es decir, comenzará a desarrollar estrategias, negocios, clientes, alianzas, y demás expresiones organizacionales que hagan posible la idea de que ella misma se extienda en el tiempo.

La tesis que aquí estamos introduciendo sostiene que las organizaciones surgen como entes a partir de la interpretación del Ser del hombre y luego evolucionan como un no-sujeto. Formulamos el concepto de no-sujeto para referirnos a la organización que a consecuencia de su desarrollo comienza a tomar existencia de manera independiente a la existencia de sus miembros. Por cierto y apoyando esta idea, si una organización es capaz de aprender de forma independiente de sus integrantes (tal como señalan diversas teorías del conocimiento organizacional) crea visiones, valores, conceptos y desarrollos propios que tienden a permanecer de manera independiente del ingreso y egreso de sus miembros, de igual modo lo expuesto hasta aquí nos permite a pensar que la organización es un medio de trascendencia del Dasein que luego se desarrolla como un no-sujeto. Esto sucede porque creemos que, aparte de la interpretación del Ser de cada Dasein, hay una suerte de interpretación social del Ser: la sociedad imputa a la organización las acciones de sus miembros. Es la sociedad la que despersonaliza a los hombres, los interpreta como entes y, al mismo tiempo, personaliza y otorga existencia a la organización.

Sería posible, entonces, pensar que el poder-ser de una organización como no-sujeto revela, a su vez, una realidad social. Es la sociedad la que al olvidar lo trascendente y concentrarse en el dominio de las cosas, cosificando, además, a los hombres, en este caso, a los miembros de la organización, no distingue entre entes y hombres, concediéndole a la organización existencia y trascendencia.

Luego, cuando una organización formula y responde las preguntas ontológicas (recordemos lo que mencionamos sobre la misión y visión) declara el sentido y finalidad última de sí misma. Estas declaraciones se harán visibles en la temporalidad. Lo hemos mencionado en páginas anteriores pero lo volvemos a decir: el Dasein al enfrentar su

---

<sup>3</sup> Término empleado por Ricardo Gómez para referirse al Mercado, en ocasión de las XVII Jornadas de Epistemología de las Ciencias Económicas.

finitud hace surgir esta temporalidad, por lo tanto, pensamos que las declaraciones de misión y visión revelan en definitiva el asumir de finitud por parte de los actores empresariales y, por analogía, del AP como tal. Éste, al asumir un estado existencial de no-sujeto, tiene una existencia finita. Y esta existencia, este modo de ser del AP en el mundo, puede ser auténtico o inauténtico.

Una existencia inauténtica implicaría no contemplar la posibilidad de cierre, de culminación del negocio; posibilidad que al mismo tiempo habita todas las demás posibilidades del AP o bien, habita todos los escenarios posibles. Es decir, la muerte del aglomerado es una posibilidad que formaría parte de los escenarios que planificasen sus miembros independientemente que lo asuman, vale decir, que tomaran conciencia de ello.

A simple vista, podría parecer que las interpretaciones esbozadas en esta exposición para iluminar a los AP a través del pensamiento de Martin Heidegger y Cornelius Castoriadis, se presentan como uno de esos problemas cuya solución ofrece el mérito de echar luz sobre cuestiones teóricas y aclarar ideas. Si así fuera, igualmente, nos complacería enormemente. No obstante, apreciando con conocimiento la temática, se advierte que también conlleva una importancia práctica. Así, el cambio de perspectiva a la luz del debate ontológico genera importantes consecuencias sobre el modo de comprender este tipo de estructuras asociativas, investigar sus características y generación de innovaciones, ya que involucra la comprensión desde sus protagonistas principales y conlleva una importante relevancia en el ámbito de las PyMEs. La exponemos a continuación.

## **6. El pensamiento de Heidegger en el contexto de las PyMEs y de los aglomerados productivos**

De acuerdo con la Asociación Argentina para el desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa, sólo el 7% de los emprendimientos llega al segundo año de vida, y sólo el 3% de éstos alcanza el quinto año de existencia. En suma, el 80% de las PyMEs fracasa antes de los cinco años. Como se puede observar, los índices de mortandad de las PyMEs son muy altos.

Ante este hecho, las interpretaciones son diversas. En líneas generales se pueden bifurcar entre las perspectivas de los actores empresariales y los no empresariales, es decir, las representaciones manifestadas a través de las opiniones tanto de los empresarios como de los analistas o teóricos.

Desde el imaginario construido por el primer grupo, los foros de PyMEs y encuentros empresariales revelan que los dueños de PyMEs argentinas atribuyen la causa del fracaso a fuerzas externas a las empresas, o sea, variables económicas, políticas y sociales del contexto de las empresas, tales como: dificultades para acceder a fuentes de financiación, controles gubernamentales excesivos, altas tasas impositivas, alto costo de las fuentes de financiación disponibles y similares.

Sin embargo, sin dejar de admitir la existencia de todos estos problemas, inevitablemente emerge la pregunta: ¿por qué, a pesar de enfrentar la misma problemática, algunas PyMEs sobreviven, progresan y crecen? Aparece así el enfoque de los analistas. Quienes tienden a orientar las causas del fracaso en las propias PyMEs y, en particular, en las capacidades de gestión de sus dueños.

Ahora bien, proponemos pensar por analogía con el pensamiento heideggeriano lo siguiente: si la organización se entrega al mundo del *se*, del mismo modo que el *Dasein* pero como no-sujeto, se convierte en una más del mercado, y de esta manera estaría negando en todas sus decisiones la posibilidad de su muerte. Desde esta negación las PyMEs suelen construir una visión netamente local, interna y de escaso conocimiento de los grupos de interés de la empresa y a menudo presentan deficiencias en los procesos productivos y la gestión administrativa.

El enfoque tradicional de los AP sostiene que la formación de AP de PyMEs contribuye en gran medida a paliar estas falencias por parte de empresarios PyMEs. Pero, detrás de la necesidad de capacitación en la gestión del negocio que puedan requerir sus dueños, subyace el sentido del Ser del AP, es decir, la pregunta por el Ser: la importancia que encierra un unánime entendimiento del sentido del negocio, ergo: del sentido del Ser-AP a fin de sortear estos obstáculos capitales y más aún detectar la necesidad de capacitación. Fundamentaremos esta afirmación durante el desarrollo de los párrafos siguientes. No obstante, antes puede ser útil ilustrar lo que estamos interpretando con algunos ejemplos.

Vayamos entonces al primero de ellos. Las primeras ideas que con el tiempo derivaron en los pensamientos aquí volcados comenzaron a proyectarse en el Café Martínez de la esquina de las calles Mendoza y Cuba. La periodicidad de la concurrencia permite recordar de memoria los principios de esta empresa. Supongamos que Heidegger (hipotéticamente) fuera a tomar un café allí y durante la visita observara los principios exhibidos sobre una de las paredes del local. Creemos que la lectura le daría respuesta a la pregunta: ¿Por qué hay Café Martínez? La misma sería: porque creamos sabores, momentos y proyectos para una vida mejor.

Para nuestro asombro, las organizaciones suelen emplear el verbo Ser en la declaración de sus visiones, por ejemplo, el Café Martínez declara que en un futuro posible (idea de visión) quiere Ser en cada país, ciudad, pueblo o barrio. El lugar elegido por su gente. Esto puede indicar entonces que si hoy esta empresa hace una declaración futura sobre su Ser es porque actualmente no es ese Ser, ergo: la organización está deseando ser otra, en consecuencia y tal como pensamos páginas atrás, una organización no-es y está arrojada a sus posibilidades y éstas la constituyen como no-sujeto. Observamos, de este modo, la manifestación empírica de la interpretación del pensamiento de Heidegger (1927): el Ser no es el Ser-ahí, es decir, el Ser de la organización no es la organización.

Pasemos ahora al segundo ejemplo: el cluster metalmecánico de Olavarría. El grupo en su sitio oficial de Internet declara como su razón de Ser el desarrollo de vínculos de cooperación entre los miembros del cluster para la mejora de la competitividad de cada una de las empresas que lo integran. En tanto, el FONTAR en el documento sobre el PROYECTO PI-TEC NA 012/06 expresa que la misión de este cluster es integrarse, compartir saberes y experiencias, a fin de lograr la sinergia necesaria para ser líderes del mercado de tratamiento de sólidos. El desarrollo de productos de separación de micro partículas innovadores destinados al mercado nacional y regional para ser utilizados por diversos sectores industriales (pinturas, abrasivos, minería, alimentos, cerámicos, etc.).

Como es posible observar, las discrepancias entre ambas declaraciones revelan diferentes representaciones sobre el objetivo del cluster. Lo declarado en el sitio de Internet por los actores empresariales deja entrever el desarrollo de vínculos cooperativos para la mejora competitiva de cada firma, es decir, según nuestro punto de vista, sería posible que los actores del AP no vislumbren a la asociatividad como medio para alcanzar un objetivo conjunto. Perspectiva que, ciertamente, sí distingue el FONTAR. En efecto, lo declarado por este organismo, en cambio, refiere a una integración, a un intercambio de conocimientos para alcanzar como cluster el proyecto con base en innovación que los convocó.

Estas declaraciones muestran las heterogeneidades ya comentadas. Y, también, nos llevan a pensar la posibilidad que el Ser del AP como no-sujeto no sea igual para sus actores que para el FONTAR y, más aún, sea disímil entre los mismos actores del cluster. Con lo cual es claro que el problema que hemos estado desarmando en esta investigación no sólo refiere a los imaginarios sino que también es ontológico y existencial.

Si en la introducción de este apartado se estaban preguntando para qué toda la parafernalia del Ser y del Ser-ahí, esperamos haberla respondido con lo asentado. Hemos mirado a los AP a través del pensamiento que Heidegger plasmó en Ser y Tiempo, y a

través de él comprendimos diversas cuestiones. Por un lado, la pregunta por el sentido del Ser y su respuesta son la trastienda de los conceptos fundamentales de Misión y Visión en los cuales la Teoría de la Administración se basa para comenzar a mirar desde arriba (como toda teoría), a las organizaciones. Y, por otro, nos permitió vislumbrar desde una perspectiva ontológica la relevancia de estos conceptos, entendiendo que una organización que posee disímiles respuestas ante la pregunta por el sentido de su Ser, como dice Heidegger (1927), entre sus posibilidades podrá no ganarse jamás o sólo ganarse aparentemente, dicho en otros términos, entregarse al mundo de lo anónimo y vivir en estado de interpretado, ¿por quién?, por el discurso dominante.

Queremos aclarar aquí que no estamos tomando partido sobre si estas discordancias sean en sí mismas buenas o malas. Estamos en realidad señalando que en una sociedad de organizaciones no conocer claramente el sentido de la organización (olvidar su Ser y concederse a una existencia inauténtica) conlleva el riesgo de conducir al fracaso. Y, en el caso de las PyMEs este riesgo es muy alto.

La conclusión es clara: desde que comienza a formarse un AP el sentido de su Ser está de alguna manera a disposición de sus actores, porque no es posible formar parte de algo sin comprender mínimamente su sentido (las reglas del juego) y, necesariamente, desde esa búsqueda de comprensión de la operatoria del grupo se construye el imaginario acerca del AP y se formulan las preguntas ontológicas. El problema surge porque el modo-de-ser del AP presenta discrepancias entre sus actores y los organismos que hacen viable su origen y desarrollo, tal como hemos señalado páginas atrás: conocer las reglas del juego no es lo mismo que comprender el juego. Esto quiere decir que los AP se presentan como estructuras organizacionales que favorecen el origen de los procesos de innovación e, idealmente, lo son; pero las apariencias toman relevancia porque surgen casos que muestran una realidad diferente respecto de la proyectada.

La problemática apariencias-realidades, según nuestro modo de ver, emerge por diversas cuestiones que resumimos del siguiente modo: 1) la superveniencia parcial de la génesis en innovación a la noción de capacidad de aprendizaje, y 2) la trastienda ontológica en la cual subyace la problemática detectada y el imaginario de los actores. Temática que nos llevó a redefinir el programa de investigación hacia el análisis de los AP como son. Y en esta redefinición, siguiendo al maestro alemán, ubicamos la pregunta por el Ser de los AP en sus actores empresariales como entes humanos que se preguntan por qué hay un AP. Y, ciertamente, esta pregunta deviene en las declaraciones de Misión y Visión de las organizaciones. El presentar el problema de los AP nos llevó a la pregunta sobre cuál es el

sentido de su Ser y en el camino del entendimiento el pensamiento de Heidegger nos ha guiado.

## CONCLUSIÓN

En este apartado, a modo de conclusión, nos enfocaremos en establecer los límites y alcances de esta exposición.

Tal como adelantamos en la introducción, nuestro propósito en esta investigación es presentar los lineamientos epistemológicos de la Teoría construida para comprender la relación entre el conjunto de representaciones y conocimientos construidos por los actores empresariales (imaginario) con la capacidad de innovación del aglomerado productivo.

Vinculado a lo anterior, y a consecuencia de ello también, hemos querido exponer una crítica al enfoque tradicional de los clusters. Nuestra crítica se orientó principalmente a una de sus hipótesis: la hipótesis de homogeneidad. Y, a consecuencia de decidir su abandono por haber exhibido detalladas razones para ello, desarrollamos una metodología heurística a fin de dar respuesta al problema detectado. Es decir, no fue nuestra intención mostrar, y por lo tanto no debe concluirse de esta investigación, que del corpus teórico tradicional de los clusters, nada sirve. Las teorías, conforme a la postura epistemológica que adherimos, no son entidades totales.

Luego, como forma de articular la comprensión de las empresas de un AP, formulamos la pregunta sobre el sentido del Ser de los clusters y asumimos que son los actores empresariales quienes presentan el problema del Ser. Sumado a ello, si los actores se desarrollan en un contexto histórico, la pregunta se temporaliza y en esta temporalidad surge el estado de no-sujeto según el cual las organizaciones, en general, y los AP, en particular, además de ser un proyecto de trascendencia de los hombres comienzan a asumir existencia con independencia de ellos.

Esta idea, que hemos hecho nuestra, esgrime otro modo de ver a los AP. Propone argumentar que el poder-ser de una organización como no-sujeto revela una realidad social.

Como consecuencia de todo lo anterior, no creemos que este sea el fin de la historia, por el contrario, parafraseando a Mario Bunge, sólo quien puede ver, se dará cuenta de lo que falta investigar aún, y anhelamos que este trabajo convoque a continuar investigando desde perspectivas filosóficas que procuren otra mirada sobre la temática de los clusters.

## REFERENCIAS

- (1) CASTORIADIS, C. (2010). La institución imaginaria de la sociedad: el imaginario social y la institución. Buenos Aires, Tusquets, p. 236.
- (2) CASTORIADIS, C. (2010). La institución imaginaria de la sociedad: el imaginario social y la institución. Buenos Aires, Tusquets, p. 558.
- (3) HEIDEGGER, M. (1927). Ser y Tiempo. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en: [www.philosophia.cl](http://www.philosophia.cl) [consultada el 12/07/2010], p. 51.
- (4) HEIDEGGER, M. (1927). Ser y Tiempo. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en: [www.philosophia.cl](http://www.philosophia.cl) [consultada el 12/07/2010], p. 52.
- (5) VATTIMO, G. (1996). Introducción a Heidegger. Barcelona, Gedisa, p. 48.
- (6) HEIDEGGER, M. (1927). Ser y Tiempo. Disponible en: [www.philosophia.cl](http://www.philosophia.cl) [consultada el 12/07/2010], p. 187.
- (7) HEIDEGGER, M. (1927). Ser y Tiempo. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en: [www.philosophia.cl](http://www.philosophia.cl) [consultada el 12/07/2010], p. 58.
- (8) HEIDEGGER, M. (1927). Ser y Tiempo. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en: [www.philosophia.cl](http://www.philosophia.cl) [consultada el 12/07/2010], p. 17.
- (9) HEIDEGGER, M. (1927). Ser y Tiempo. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en: [www.philosophia.cl](http://www.philosophia.cl) [consultada el 12/07/2010], p. 28.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANTONELLI, C. "Collective Knowledge Communication and Innovation: The Evidence of Technological Districts". *Regional Studies*, Vol. 34, N°6, 2000, pgs. 535-547.
- FEINMANN, J. P. (2009). La filosofía y el barro de la historia. Buenos Aires, Ed. Planeta.
- FERNÁNDEZ SATTO, V. R. y VIGIL GRECO, J. I. "Clusters y desarrollo regional. Revisión teórica y desafíos metodológicos para América Latina". *Economía, Sociedad y Territorio*, Mayo-Agosto 2007, Vol. VI, N° 24, pgs. 859-912.
- GÓMEZ, R. (1995). Neoliberalismo y seudociencia. Buenos Aires, Lugar Editorial.
- MARSANASCO, A. y GARCÍA, P. "The management of knowledge and the learning process in SMEs clusters: a study case". *Economía, Sociedad y Territorio*, Enero-Abril 2013, Vol. XIII, N° 41, pgs. 1-36.

PIETROBELLI, C. y RABELLOTTI, R. "Upgrading in clusters and value chains in Latin America: the role of policies". Washington D.C, Best Practices Series, BID, 2004. Disponible en: <http://www.iadb.org> [consultada el 06/01/09].

TALLMAN, S.; JENKINS, M.; et al. "Knowledge Clusters and Competitive Advantage". *Academy of Management Review*, N° 29, 2004, pgs. 258-271.