

# Aproximaciones a la administración de identidades y economía de la cultura: provocación a una exploración de sentidos relacionales (Parte 1)

Winston Licona Calpe\*

Recibido: octubre 2007. Aceptado: enero 2008

## RESUMEN

El presente documento es una aproximación que busca generar inquietudes para establecer una relación entre las categorías y los conceptos que dan sentido a la *administración de la identidad y a la economía de la cultura* a partir de supuestos teóricos, disímiles con diversas interpretaciones, que disciplinas como la administración, la antropología, la filosofía, la sociología y la economía han utilizado para su construcción y aplicación.

**Palabras clave:** administración, identidad, administración de identidad, economía, cultura, economía de la cultura.

## ABSTRACT

*This document is an exploration to generate questions to establish a relation between concepts and categories given sense to the management of identity and cultural economics; from theoretical subjects with several interpretations in disciplines like administration, anthropology, philosophy, sociology and economy have used it for theoretical application and constructions.*

**Key words:** Administration, identity, cultural administration, economy, culture, cultural economics.

---

\* PhD en Economía. Docente-investigador, Universidad del Rosario, Colombia. Director de Extensión y Proyección Social, Facultad de Administración, Calle 14 No. 4-69 Bogotá, D.C., Colombia. Correo electrónico: wlicona@urosario.edu.co

## ADMINISTRACIÓN DE IDENTIDADES: ¿UN ASUNTO PARA PENSAR?

¿Pueden las identidades considerarse sujetos y objetos de la disciplina administrativa y de las ciencias empresariales y, a su vez, asuntos de la economía de la cultura? Es un problema de investigación el que las identidades como médula y sentido de las culturas sean sujetos y objetos de expresión simbólica transaccional utilitaria y asunto de la administración económica, política, social y cultural de las sociedades con sus instituciones y organizaciones locales, regionales, nacionales, internacionales, transnacionales, mundiales y globales.

La preocupación y estudios desde los campos filosóficos, antropológicos, sociológicos, económicos, históricos, psicológicos, lingüísticos, políticos, médicos y ahora ecológicos son agenda de primer orden para establecer puntos de realidades y tendencias interdisciplinarias problemáticas que confluyen en la empresa ecoeconómica, político-cultural institucional de logros y fracasos para la calidad o el deterioro de la vida natural y humano-social de los pueblos y naciones.

La administración de identidades cobra importancia por su significación en la concepción, formulación, ejecución, resultados y evaluación

de las políticas económicas, sociales y culturales, que se constituyen en un escenario de conflicto permanente por sus resultados entre consumo y necesidad. La relación de los conceptos y prácticas de la administración, como dirección y gerencia de identidad, con la economía de la cultura, como campo que se preocupa e indaga los procesos y resultados productivos y de utilidad material son agenda para establecer una relación entre la identidad y la racionalidad administrativa, con la economía y la cultura.

Intentar establecer relación entre estas dos categorías: administración de identidad y economía de la cultura, quizás pueda ser una empresa efímera y sin resultados, dado que existen resistencias disciplinares que dificultan establecer puentes, por la rigidez de los conceptos o mejor quizás, por las limitaciones epistémicas de cada ciencia y sus derivadas aplicaciones y sistemas de lenguajes y su consecuente retroalimentación en su dinámica constructora y deconstructora de la realidad.

Se suele recurrir a las metáforas que sirven para imaginar lo diferente (la identidad) y a las narrativas ritualizadas y reduccionistas de la economía de mercado para ordenar el debate. De esta manera se vuelven instrumentos explicativos para refigurar el pensamiento social a la luz de las llamadas ciencias sociales, aplica-

das y humanas (García Canelini, 1999).<sup>1</sup>

Administración de identidad y economía de la cultura constituyen un binomio de categorías que guardan conceptos relacionales simuladamente contradictorios. Se ha reducido y considerado la administración como gerencia/gestión y hecho exclusivo de la racionalidad organizacional, instrumental y utilitaria de la sociedad capitalista o de mercado. Es decir, es un asunto del positivismo puro y reduccionista. Entre tanto, la identidad, campo y objeto de estudio y reflexión de las ciencias humanas y sociales, emerge individual y colectiva como esencia expresiva y dinámica de mezclas contaminadas, mas no asépticas que se manipulan en el laboratorio social, acorde con el juego de intereses y capacidad de dominio en el territorio de disputa

de las hegemonías simbólicas y de los resultados tangibles de la utilidad material y espiritual.

En el sentido y razón conflictiva y distintiva de la existencia humano-social y su desarrollo económico, político y por excelencia cultural, la identidad termina siendo dirigida y gestionada, es decir, administrada por los tipos y las formas de las organizaciones del Estado, la comunidad y la empresa.

Por otra parte, la economía, que nació como mito y rito, como cultura, es campo de la racionalidad utilitaria en la época moderna y contemporánea de manera solipsista. Excluye su sentido cultural; sin embargo, como externalidad estudia el movimiento material-productivo y dinámico de la cultura. Por último, la cultura violada o “concubinada” deja de ser mero

<sup>1</sup> Avanzamos en la reconfiguración y relación de las cartografías del conocimiento. “En realidad hablamos de un fenómeno que es lo bastante general y específico como para sugerir que lo que estamos observando no es otro trazado del mapa cultural —el desplazamiento de unas pocas fronteras en disputa, la señalización de ciertos lagos de montañas pintorescos—, sino una alteración radical de los principios de la propia cartografía. Algo que le esta sucediendo al modo en que pensamos sobre el modo en que pensamos. [...] Un sesgo definitivamente democrático se ha impuesto sobre nuestra concepción de lo que leemos y escribimos. Las propiedades que conectan unos textos con otros, que los sitúan, al menos ontológicamente, a un mismo nivel, empiezan a ser tan importantes para caracterizarlos como las que los dividen; y en lugar de hallarnos frente a una matriz de especies naturales, de tipos fijos divididos por diferencias cualitativas claras, nos vemos rodeados por un campo enorme y casi continuo de obras diversamente pensadas y variadamente construidas, campo que sólo podemos ordenar en la práctica, relacionamente, en razón de los propósitos que nos caracterizan. No se trata de que ya no dispongamos de convenciones interpretativas; tenemos más que nunca, construidas (a menudo en forma chapucera) para acomodarnos a una situación a la vez fluida, plural, dispersa e inevitablemente caótica. [...] las personas que se califican de científicos sociales (o conductuales, o humanistas, o culturales), liberadas de la tarea de convertirse en individuos taxonómicamente honorables, tarea que por otra parte nadie lleva a cabo, han logrado la libertad necesaria para desarrollar su trabajo en función de sus necesidades, y no de acuerdo con las ideas heredadas sobre lo que deben o no deben hacer.” (Geertz, 1994, p. 32).

asunto de significación de las instituciones sociales o saber enciclopédico, o pura expresión artística, para convertirse en un recurso estratégico de administración de identidad y economía de la cultura.

Todo lo anterior tiene cierto exotismo desde la pragmática de los negocios y cierta resistencia entre disciplinas académicas, en razón que se considera que la identidad no se puede encasillar dentro de las ciencias aplicadas y, a la vez, ser objeto y parte intrínseca de las ciencias humanas y sociales.

Se considera el concepto de administración como gerencia o gestión que expresa y representa sentidos de acción; pero que difícilmente se puede estudiar como teoría, porque se asimila como acción práctica y de ciencias aplicadas. Sin embargo, existen esfuerzos teóricos por darle un estatus a la luz de los llamados clásicos de la administración y teorías gerenciales (Owen, 1813; Taylor, 1903; Fayol, 1916; Weber, 1900; Mayo, 1946; Drucker, 1954; Edwards Deming, 1980) o desde los llamados a reinventar el concepto a partir de los sentidos etimológicos de la palabra gestión (Restrepo, 2002) y desde lo que se considera la creación cultural y de “recreación de signifi-

cados y sentidos” (Sánchez, 1998; 2002; Licona, 1999).<sup>2</sup>

En cuanto a las diversas teorías administrativas, es posible afirmar que tienen como telón de fondo desde el siglo XIX el liberalismo clásico, el mundo de la racionalidad, el mundo del capital, de la productividad, del juego de intereses, de la uniformidad de los procesos, y están directamente relacionadas con el desarrollo económico y construidas bajo una fuerte carga ideológica sin una construcción epistémica, que se han constituido en un discurso universal aplicado a todas las organizaciones sociales (públicas, privadas y comunitarias). Sin embargo, admiten una lectura interpretativa (hermenéutica) que permite cuestionar los sesgos de discursos y aplicaciones contemporáneas que se hacen de ellas.

Las diversas organizaciones que han constituido las sociedades, obviamente, se ajustan a las lógicas construidas a partir de las experiencias históricas y concepciones ideológicas del contexto económico, político y cultural que dan cuerpo y aplicación a las diversas teorías gerenciales (Vélez, 2007). Una aproximación a los clásicos de la administración (Robert Owen, Frederick Taylor, Henry Fayol y Max Weber) permite

<sup>2</sup> Borrador de trabajo de Gabriel Restrepo, titulado Hacia un gestor cultural tramático, 1998-2002. Burn. Gestión Cultural: preguntas por resolver. Revista Cultural Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia. 1999.

afirmar que gran parte de su estructuración conceptual se nutre de los legados de la economía liberal (David Ricardo y Adam Smith), la cual construye la teoría con el objeto de “descubrir las condiciones para una mayor prosperidad o el ‘máximo de bienestar’” (Katouzian, 1982, p. 44), en momentos en que la pretensión era “la búsqueda de la armonía en ausencia de restricciones políticas” (Katouzian, 1982, p. 44).

Se reconocía la ausencia de armonía socioeconómica en el sistema industrial que había sido prometida. Y desde ese mismo talante, los teóricos de la administración consideran que las organizaciones deben ser unidades productivas que requieren una armonía y superación de conflictos para su funcionamiento. El trasfondo moral de las teorías clásicas de la administración es la búsqueda de una “armonía” que represente un incremento del rendimiento nacional y cuyo principal propósito sea “... asegurar el máximo de prosperidad al empleador, unido al máximo de prosperidad para cada empleado” (Taylor, 1973, p. 11).

De lo que se trataba era de construir un proyecto de sociedad que privilegiara el interés y el egoísmo para la acumulación e inversión capitalista, según ellos, único modelo o sistema generador de riqueza para satisfacer las necesidades que la sociedad demanda y que el Estado no asume,

porque el Estado es un administrador del bien común a través de servicios (salud, educación, infraestructura y seguridad) que hoy el neoliberalismo, como nueva religión, privatiza.

Surge así el mito del desarrollo y del progreso. Se destaca, de este proceso constitutivo de la gestión moderna toda una construcción identitaria que racionaliza la educación para generar conductas orientadas a la competencia, bajo principios como el ascenso social, lo que no implica otra cosa que un cambio de identidad. En Taylor, es pasar de la holgazanería natural a la productividad o la eficiencia, mientras en Drucker (1980) es afirmar que la identidad cultural está mediada por las organizaciones, y donde la gerencia (management) es el órgano social de su orientación. En otras palabras, la americanización de la vida moderna: un tipo de administración de identidad. Luego reflexionar acerca de los conceptos de gestión y economía, que se asocian directamente con las representaciones simbólicas o de unos componentes que construyen la sociedad, no es nuevo pero es algo olvidado.

Desde la otra orilla, la de la reflexión de la gestión con el ingrediente de lo cultural, Gabriel Restrepo coincide con Winston Liconá y Silvio Sánchez cuando afirma que:

Extrañará que la reinención del concepto de gestión cultural recurra a la

etimología, saber que es ante todo la exposición de tradiciones lingüísticas. Pero ello es parte del expediente estratégico de lo que he llamado una perspectiva retro/prospectiva, la misma que parece adecuada para salir de la prisión o de la rutina del presente y por la cual un concepto o una situación se deconstruyen en términos de su pasado y a la vez se redefinen en función de su virtualidad o potencia como precursores de la acción social.

El concepto de gestor proviene del verbo latino: *gero*, *gessi*, *gestum*, raíz muy prolifera como quiera que de ella derivan gestar, gesto, gesta, gestión, gestante entre muchísimas otras. Quizás emparentada (aunque esto se salga de la indagación actual) con otras fuentes claves como *genus*, *generis* (género, generación) y *gens-gentium* (la gente o el pueblo).

En el diccionario latino que consultamos, *gero* entraña las siguientes acepciones: llevar, llevar encima; llevar en sí, contener, tener; engendrar, producir; representar; portarse, portarse como; llevar un asunto, encargarse de; y en su forma de pasado, *gestum*, significa ser hecho, acontecer. Por ahora, dichas acepciones son suficientes para comprender algunos significados. Ellos remiten a tres órdenes complementarios: la creación o re/creación (engendrar); las comunicaciones (llevar) y las mediaciones sociales (re/presentación; portar;

portarse); y la administración (llevar un asunto, encargarse, producir). Ellas configuran los tres pilares de una gestión cultural integral.

Ahora bien, cuando se apela al concepto de gestión cultural y se lo remite a la noción de gerente o de gerencia, la más obvia en los imaginarios corrientes, porque proviene del mundo de la economía y de la naturaleza de los mercados, se pierden de vista las dos primeras acepciones que acaso sean de naturaleza sacra o cultural y que son esenciales a la cultura concebida como un religare, noción que puede encontrar apoyos tan distintos como Freud o René Girard. Y que pueden ser cruciales en la construcción de una ciudadanía democrática cultural, con mayor sentido en un país no sólo caracterizado por la diversidad étnica o cultural, sino también por sus disparidades sociales, sus fragmentaciones espaciales o mentales, sus disyunciones mortales y sus imaginarios de suma cero. (Restrepo, 2002, pp. 8-9).

Entonces, cuando hablamos de gestión de identidad, ¿de qué gestión hablamos y a qué identidad nos referimos? ¿Por qué tiene relación directa con la economía de la cultura? Es obvio que cada uno posee una construcción argumentativa y acumulada por los desarrollos del conocimiento de la realidad social, laboratorio en el que se crean, se expresan, explican, aplican y practican sus relaciones.

## IDENTIDAD: SENTIDOS DE LA VIDA Y LA CULTURA ENTRE EL IDEAL RACIONAL MODERNO Y LA BÚSQUEDA DE UN ALGO DISTINTO

La identidad no es un asunto privado, así como la cultura no es un asunto de raza que se lleva en los genes. Se vive afuera, en el mundo e inmerso en un diálogo con los otros. Esta es la postura de los constructivistas (Lévi-Strauss, Clifford, Bauman), quienes consideran la identidad un proceso que se fabrica en dicho diálogo y que se experimenta y descubre dentro de uno mismo e implica identidad con otros: “El yo interior encuentra su hogar en el mundo participando en la identidad de una colectividad (por ejemplo una nación, una minoría étnica, una clase social o un movimiento religioso)” (Kuper, 2001, p. 271). Es decir, la identidad se realiza mediante la participación en la cultura, esto es, los conceptos de construcción identitaria y cultura nacieron juntos como no podía ser de otra forma.

La identidad cultural es un asunto de política, porque “la identidad cultural dicta la política que versa sobre el control de la cultura” (Kuper, 2001, p. 271) y porque una persona sólo podrá ser libre en la arena cultural apropiada, donde se respeten sus valores, como hombre o mujer. Por lo tanto, cada nación debe ser independiente. En una sociedad multicultu-

tural se debe respetar, incluso alentar la diferencia cultural. La identidad ya no es concebida como la construcción de un consenso común de una nación para ser fuerte y unida. Es decir, no es a la manera ilustrada y de un proceso civilizador común, paradójicamente excluyente como lo soñaron en Colombia José María Samper o Florentino González, en 1848, cuando compartían el criterio de que la democracia es un asunto de ilustrados que en la inteligencia y la propiedad dirigen los destinos de un pueblo (Martín-Barbero, 2001).

Hoy día se asume en los escenarios públicos y de la sociedad civil que la diferencia no socava los valores comunes que amenazan la coherencia nacional. Existe, en cambio, la visión de que la identidad y la cultura se transmiten a través de la educación y de los medios de comunicación o de instituciones como la familia y la religión. Este hecho no deja dudas de que los terrenos de la identidad y la cultura son de conflicto por la conquista de hegemonías y de predominancia de criterios identitarios, aunque se reconozca que existen los otros: “... el grupo dominante simplemente impone sus propias características ideales como la norma difinitoria y tacha de desviado a cualquiera que sea diferente” (Kuper, 2001, p. 269).

Por ejemplo, el reconocimiento cultural y constitucional de las minorías

étnicas en Colombia no socava ni resuelve los problemas de discriminación racial, inequidad y exclusión social y económica que enfrentan. Aquí el respeto a la diferencia termina por ser no integrante, contemplativo y distante:

Lévy-Strauss ha instado firmemente a los antropólogos a que demuestren que las diferencias entre los pueblos no se deben medir con una única escala, ya que los valores son culturalmente variables, y, al mismo tiempo, les ha reclamado que afirmen que las diferencias humanas se inscriben en un fundamento único. La medida de la uniformidad humana es nuestra capacidad compartida de aprender, de tomar prestado y de asimilar (Lévi-Strauss, citado por Kuper, 2001, p. 278).

La identidad es un “proceso híbrido y a menudo discontinuo”. Esta mirada rompe, según Kuper (2001), con los esencialistas (Taylor, Michaels, Herkovits), quienes consideran la identidad un hecho que se deriva del carácter esencial de la colectividad y en la que existe algo todavía más esencial como es la naturaleza de cada uno. Así mismo, cae en un culto a la diferencia cuando considera la cultura como “la capacidad continuada de los grupos para construir una diferencia real” (Clifford citado por Kuper, 2001, p. 278).

Este hecho lleva a considerar que la insistencia en la diferencia respecto a los demás sustituye el sentido constitutivo de mezclas, relaciones y préstamos que suceden en las culturas, porque, como afirma Lévi-Strauss, citado por Kuper: “La diversidad está menos en función del aislamiento de los grupos que de las relaciones que las unen” (2001: 279). Las identidades culturales:

... no son rígidas ni mucho menos inmutables. Son los resultados siempre transitorios y fugaces de procesos de identificación. Incluso las identidades aparentemente más sólidas como la de mujer, hombre, país africano, país latinoamericano o país europeo, esconden negociaciones de sentido, juego de polisemia, choques de temporalidades en constante proceso de transformación, responsables en última instancia de la sucesión de configuraciones hermenéuticas que de una época a otra le dan cuerpo y vida a tales identidades. Identidades son, pues, identificaciones en curso (Santos, 2002, p. 15).

La comprensión de las identidades en entornos multiculturales en contextos de lo global y lo local plantean hacer ejercicios de deconstrucción de la cultura porque:

Se trata de una multiculturalidad que desafía nuestras nociones de cultura y de nación, los marcos de referen-

cia y comprensión forjados sobre la base de identidades nítidas, de arraigos fuertes y deslindes claros. Pues nuestros países son hoy el ambiguo y opaco escenario de algo no representable ni desde la diferencia excluyente y excluida de lo étnico-autóctono, ni desde la exclusión uniformante y disolvente de lo moderno (Martín-Barbero, 2002, p. 47).

Luego intentar desagregar los elementos de la cultura (identidad o nacionalidad),<sup>3</sup> permite mostrar que las partes están ligadas por separado a disposiciones administrativas específicas, presiones económicas, constreñimientos biológicos y así sucesivamente. Es posible ver de este modo la cultura como una serie de procesos que construyen, reconstruyen y desmantelan materiales culturales, en respuesta a determinantes identificables, como lo afirma Eric Wolf (véase Kuper, 2001, p. 282). Y está directamente relacionada —la identidad/la cultura— con otros procesos de transformación económica, social y política de manera vertiginosa y lenta, homogeneizada y diferenciada, inequitativa o ecuánime, digna o indigna para unos y otros sectores de nuestras comunidades urbanas y rurales.

Al hablar de *administración de identidad*, hablo también de desarrollo de la gestión cultural, porque si he retomado la consideración de que la identidad como cultura es un asunto político, se entiende lo cultural como un campo de intervención del Estado y de la sociedad civil (lo privado y lo comunitario) en disímiles escenarios con actores sociales diversos y variados intereses.

Conviene precisar que la administración de identidad o administración cultural está íntimamente ligada, por lo menos, con cuatro grandes transformaciones contemporáneas de la dimensión cultural:

1. La extensión de la noción de cultura por motivos filosóficos, sociales, políticos y jurídicos.
2. La crisis de las nociones de política y desarrollo a partir de la década de los setenta.
3. La necesidad de políticas culturales que gestionen ámbitos más allá de la cultura artística, la cultura tradicional y el patrimonio.
4. La aceptación e importancia de repensar rigurosamente las interrelaciones entre economía y cultura (Abello, De Zubiría y Sánchez, 1998, p. 256).

<sup>3</sup> Como lo recomienda Kuper: "(...) separar las creencias religiosas, los rituales, el conocimiento, los valores morales, las artes, los géneros retóricos y demás, en vez de atarlos junto en un solo hatillo etiquetado como cultura, conciencia colectiva, superestructura o discurso. Al separar estos elementos, se obliga a explorar las configuraciones cambiantes de las relaciones mutuas entre lenguaje, conocimiento, técnicas, ideologías políticas, rituales, mercaderías y demás" (2001, p. 281).

Estos cuatro elementos permiten considerar que la administración de identidad es un campo cada vez más amplio de reflexión y de intervenciones deliberadas para producir resultados esperados, acordes con las necesidades vitales de diversos grupos sociales que conforman el archipiélago multicultural de la sociedad, donde la acción del Estado es fundamental, porque “si bien es cierto que la cultura en sí misma genera bienestar, es indispensable que el Estado intervenga en este sector dado que el mercado por sí solo no es capaz de explotar todo su potencial, sobre todo porque buena parte de los aportes están por fuera del dominio del mercado” (Ministerio de Cultura de Colombia, 2001, p. 27).

La administración de identidad debe entenderse como pensamiento estratégico para la mediación y generación de espacios, donde sea posible lograr la participación y, al tiempo, gestar actos creadores de sentidos. Se parte de la premisa que la asume como un compromiso con un mundo en libertad, como lo es el campo de la cultura, y en el cual su intervención está acompañada de conceptos, métodos y procesos que, apoyados en una caja de herramientas provenientes de la disciplina de la administración, facilitan un mayor y mejor desarrollo de las culturas en tiempos en que la complejidad del sector cultural es cada vez mayor. El mundo neoliberal de la gestión

de identidad, según Martín-Barbero, lleva a preguntar:

¿Por qué esa prioridad dada a la privatización de las empresas de comunicación? Creo que la respuesta se halla a nivel estratégico: el espacio político y tecnológico de la comunicación se ha vuelto decisivo en el diseño y reorganización de la economía y la sociedad. Se va imponiendo la idea de que las instancias públicas son incapaces de entender y manejar la envergadura de los cambios que entrañan las innovaciones tecnológicas de la comunicación. [...] el desarrollo de las industrias de la comunicación ha estado orientado de punta a punta por la más pura lógica del mercado. La introducción y despliegue de las nuevas tecnologías de información han sido dejados al movimiento del mercado mientras el Estado se retira cada día más de la orientación de ese desarrollo, hasta el punto que la intervención del Estado en ese campo es vista como una intromisión, algo *sin piso*, con lo que va perdiendo sentido eso que hasta hace poco entendíamos por espacio público (Martín-Barbero, 1995, p. 166).

En el ámbito de las industrias culturales, su componente tecnológico permite considerar la capacidad de organización perceptiva como competencia de lenguaje y como ámbito de innovación discursiva que genera espacios de rediseño de las prácticas

sociales que atraviesan los imaginarios y las percepciones, "... más allá del tiempo en que uno está expuesto físicamente a ellos, pues operan por articulación de unas con otras, operan en red, cargando-recargando la capacidad de incidir sobre los modos de pensar, de representar la sociedad, de representarnos el cambio, etc." (Martín-Barbero, 1995, p. 150), proceso que indudablemente interviene la gestión de la identidad.

Las lógicas de la transnacionalización de la producción, según Martín-Barbero, permiten estudiar cómo se articula la acumulación de capital y la acumulación de poder en el mundo, con los procesos de descentralización que generan:

... un nuevo espacio-tiempo-mundo que quizás comenzó en el Renacimiento pero que en los últimos treinta años adquiere configuraciones muy especiales. De tal manera que la *masificación* o la *uniformización* entran hoy en colisión con la competitividad de los procesos que estamos viviendo. La reorganización del tiempo y el espacio-mundo se está realizando menos con la figura de la unificación y la homogenización, que con la imagen de la *fragmentación*. Cada día habitamos más un mundo, pero esa percepción que los ciudadanos tienen de la globalidad se produce merced no a concepciones totalizadoras de lo global sino a percepciones fragmentarias y frag-

mentadas del tiempo y el espacio (Martín-Barbero, 1995, p. 151).

Ello ha conducido a reflexionar sobre la crisis de lo nacional, los sentidos de la crisis de lo nacional, la revalorización de lo local junto a la revalorización de lo mundial y de lo transnacional y la enorme crisis que por la presión de lo uno y de lo otro atraviesa lo nacional (Martín-Barbero, 1995).

En conclusión, se trata de reflexionar sobre si ¿es posible establecer una relación entre conceptos tan distantes aparentemente? ¿Y si es la pragmática de las ciencias aplicadas como la administración, la que ilustra, materializa y ejecuta gran parte de los procesos de expresión identitaria actualmente? La identidad nacional se debate entre íconos estáticos (himno, bandera, territorio, frontera, consumos con distinción, exclusión y marginalidad), mientras la identidad cultural se diluye entre múltiples íconos que van desde los acervos patrimoniales y las diferencias hasta los eventos efímeros, denominados hoy día *estilos de vida* (Martín-Barbero, 2002).

## ECONOMÍA DE LA CULTURA

Economía y cultura son dos esferas separadas del interés humano, tanto como disciplinas de estudio como en la vida diaria, señala David Throsby (2001). Sin embargo, los estudiosos

de la cultura han tratado aspectos económicos para explicar el papel de la cultura y las prácticas culturales en la sociedad, al igual que los economistas han intentado explicar los “contextos culturales” de la actividad humana.

La economía de hoy fundamenta reflexiones y decisiones que en el campo político se asumen y sentencian mediante leyes y reglamentaciones a la luz de las lógicas del mercado. Por ejemplo, las industrias culturales crean vínculos identitarios y *estilos de vida* con los productos culturales que ofrecen y con el mercado mismo como sistema no sólo de transacción, sino como constructor de sentidos. Algunas expresiones de la cultura (ritos, mitos, fiestas, artes) intentan escapar, pero se ven subordinadas a las leyes económicas de oferta, demanda y rentabilidad —es decir, al valor de *uso* y valor de *cambio* como relaciones de *fuerza*— y también al valor *signo* (hecho en...) y al valor *símbolo* (afectivo. Me lo regalo...), como relación de sentido y signifi-

cación en sus consumos y apropiaciones (Bourdieu citado en García Canclini, 2004, p. 34).

Dos elementos han hecho una carrera negativa en el sentido de la economía como disciplina: por un lado, la marcada presencia de intereses reduccionistas en sus análisis,<sup>4</sup> excluidos de cualquier incorporación de lo cultural; por el otro, la persistente tendencia cortoplacista de considerar las consecuencias inmediatas de una política o sus efectos en un grupo en particular, sin indagar cuáles producirá a largo plazo no sólo en el sector aludido, sino sobre toda la sociedad. Se pierde de vista que: “el arte de la economía consiste en considerar los efectos más remotos de cualquier acto o política y no meramente sus consecuencias inmediatas; en calcular las repercusiones de tal política no sobre un grupo, sino sobre todos los sectores” (Hazlitt, 1996, p. 13).

Si la economía como ciencia interdisciplinaria y social se ha ocupado de los grandes temas que atañen al

<sup>4</sup> Algo muy evidente es que la “erosión de los mapas cognitivos”, señalados por Martín-Barbero, tiene que ver con la actitud de no pocos intelectuales y científicos que en gran medida se han limitado, antes y ahora, “a ser el reflejo del talante y entorno socio-económico; a conformarse o ajustarse a ellos” (Katzouzian, 1982: 21). En palabras de John K. Galbraith, economista estadounidense: “La constante más inmediata es que las personas y comunidades favorecidas por su posición económica, social y política, atribuyen virtudes sociales y permanencia política a aquello de lo que disfrutan. Esa atribución se reivindica incluso ante la abrumadora evidencia en sentido contrario. Las creencias de los privilegiados se ponen al servicio de la satisfacción continua y se acomodan de modo similar las ideas económicas y políticas del momento. Existe un ávido mercado político para lo que complace y tranquiliza. Los que pueden abastecer este mercado y recoger la recompensa correspondiente en dinero y aplausos, están fácilmente disponibles” (1992, pp. 13-14).

desarrollo, a la pervivencia y al derrumbe de los sistemas como ejes de la existencia material y espiritual de los humanos,<sup>5</sup> por qué no incorporó y marginó de su lenguaje lo cultural como una variable o hecho fundamental que le da cuerpo a ella y a cada sistema productivo objeto de estudio y aplicación?

Según Lluís Bonet,<sup>6</sup> las reflexiones de la ciencia económica aplicadas al campo de la cultura son muy recientes. El primer aporte, con un impacto importante en medios académicos y profesionales, aparece bien entrada la década de los sesenta, y la primera conferencia realizada sobre el tema se hizo en 1978. La explicación es sencilla: los fenómenos culturales sólo comenzaron a tener importantes implicaciones económicas cuando se generalizó de la sociedad de bienestar, con la consolidación de las industrias culturales y el consumo masivo de productos y servicios culturales.

Además, tradicionalmente, a menudo se ha entendido la cultura como un sinónimo de las artes, en su connotación más suntuosa y minoritaria, alejada; por lo tanto, de los factores que generan la producción y la riqueza de

las naciones. Para los pensadores de la escuela clásica eso estaba muy claro. Adam Smith señalaba:

En algunas de las clases más respetables de la sociedad civil, es el trabajo como el de los domésticos, estéril o no productivo de valor alguno, esto es, ni se fija, ni se realiza en una materia permanente o en mercadería vendible que dure algún tiempo después de concluido el trabajo, sin que tampoco dé origen a valor con que poder granjear igual cantidad de otro trabajo ajeno [...] los jurisconsultos, los médicos, los literatos de toda especie, clase muy importante y muy honrada; y los bufones, jugueteros, músicos, operistas, bailarines, comediantes, etc., que son de una ínfima jerarquía. El trabajo de todos ellos tiene su exacto valor [...] nada produce que sea capaz, por su valor real y permanente, de comprar o adquirir igual cantidad de otro trabajo, porque perece en el momento mismo de su producción, como la declamación de un actor, la arenga de un orador o el tono de un cantante (1997, p. 66).

Marx y Marshall (más adelante) van más allá. Utilizan situaciones provenientes del arte y la cultura como

<sup>5</sup> Es difícil, por no decir imposible, negar que en dos hechos han fincado sus esperanzas las sociedades pobres como las nuestras: primero, en la economía como búsqueda de mejoramiento de su situación, y, segundo, en la religión, que compite con las circunstancias económicas, como alivio a la existencia de privaciones. Ambas han formado las actitudes sociales, como afirma Galbraith (1971).

<sup>6</sup> Lluís Bonet, economista, director de los Posgrados en Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona, España, ha sido uno de los estudiosos sobre el tema.

ejemplos limitados o contraejemplos de sus argumentaciones. El primero, en su réplica a la distinción de Adam Smith entre trabajo productivo e improductivo cita, entre los ejemplos: “un escritor es un trabajador productivo, no en la medida que produce ideas, sino en la medida que enriquece al editor que explota la editorial que publica sus escritos, o en la medida que es trabajador asalariado de un capitalista” (Bonet, 1988, p. 27).

Marshall (1967), en Principios de economía, utiliza como un ejemplo la música, cuando se refiere a la condición implícita de la ley de Gossen: “no constituye, por tanto, una excepción a la ley el hecho [de] que el hombre que escucha con frecuencia interpretar buena música va a argumentar su afición a ella”, ya que los tiempos pueden alterar los gustos de las personas y hacer que la utilidad marginal no siga decreciendo. Es sorprendente la poca atención de Keynes por analizar el sector, esto porque tuvo una fuerte relación con el mundo cultural, afirma Bonet (1988). Fue, entre otras cosas, gestor de una compañía de ballet y director del Consejo de Fomento de la Música y las Artes.

Las visiones del mundo económico se volvieron estudios macro, econométricos y aplicaciones genéricas y de preferencias del consumidor, es decir, la economía llamada positivista

o marginalista se centró en la neutralidad de la economía política, en la utilidad, en el máximo de bienestar (¿utilidad y bienestar de quién?) y en la satisfacción de las necesidades sociales como deseos individualizados. Esto es, confunde con su racionalidad que la necesidad no es ni puede ser un símbolo de privilegio no compartido. Cuando el principio humano, como lo reflexionó Hegel, hacía referencia al sentido de la “cadena de necesidad”, es decir, yo necesito lo que tú tienes y tú requieres de lo que yo tengo y produzco (Restrepo, 1990):

La mayoría de la gente considera que la economía es una materia terriblemente complicada. [...] Todos buscamos, comprensiblemente, algo que nos dé una imagen viva; y por lo tanto, normalmente volvemos a las historias de los negocios individuales que han tenido éxito o han fracasado.

Desafortunadamente, tales historias llevan a menudo a conclusiones engañosas. [...] No importa qué empresas estudiemos, de hecho no importa cuántas empresas estudiemos, no tendremos una imagen completa: porque la economía es más que la suma de las partes. Para comprender cómo está cambiando la economía, necesitamos entender cómo los productores y consumidores se influyen mutuamente, lo cual no puede ser

transmitido por ningún relato de acumulación o guerra competitiva.

Y, finalmente, la economía en su globalidad es simplemente demasiado grande, demasiado lejana a la experiencia ordinaria para poder asirla. ¿Hay alguna parte concreta de la economía que verdaderamente nos ayude a entender la totalidad? (Krugman, 1997, p. 147).

Lo abstracto de la moderna economía es la forma como aparece desconectada del mundo físico. Extrañamente, la economía de la ciudad parece separada de cualquier sentido de lugar (Krugman, 1997). Sin lugar a dudas, y muchas veces por encima de nuestra percepción cotidiana, interviene lo cultural y lo político para dar sentido a lo económico, al discurso, al accionar y a unos valores que establecen formas de relación y pertenencia en libertad o subordinación, elección o imposición, integración, convivencia o desunión, privilegio o marginalidad.

Hemos de tener claro que lo económico o lo político no se legitiman por sí mismos: la cultura legitima y organiza. Además, todas escuelas de pensamiento económico constituyen un encadenamiento de supuestos a lo largo de la historia, que se definen finalmente como un proceso cultural. La escuela neoclásica de la economía, que ha logrado convertirse en el paradigma dominante, en sus

objetos de análisis ha extendido sus estudios, y:

(...) el modelo de toma de decisiones racional y utilitaria que funciona dentro de los mercados competitivos ha sido aplicado en años recientes a aspectos cada vez más amplios del comportamiento humano, incluidos el matrimonio, la delincuencia, la religión, la dinámica familiar, el divorcio, la filantropía, la política y el derecho, así como la producción y el consumo de arte (Throsby, 2001, p. 16).

Y como señala también Throsby:

La economía neoclásica es, de hecho, bastante restrictiva en sus suposiciones, fuertemente constreñida en su mecánica y enormemente limitada en su fuerza explicativa. Además, su supremacía se puede poner en duda asumiendo un punto de vista más amplio del discurso de las ciencias económicas. En común con todas las grandes áreas de esfuerzo intelectual, la economía como ciencia no comprende un único paradigma, sino una serie de escuelas de pensamiento que ofrecen formas alternativas o refutables de analizar el funcionamiento de la economía o las acciones de los diversos agentes económicos (2001, p. 16).

Y quizás pueden facilitar las reflexiones de los fenómenos culturales (la escuela clásica, la marxista, entre

otras). La complejidad socioeconómica del sector cultural y su desarrollo desigual y acelerado en todos los países del mundo ha motivado que las consideraciones sobre cultura y desarrollo esgrimidas a lo largo de las conferencias mundiales del sector cultural, desde 1970 hasta nuestros días, maduren los conceptos de categorías como industria cultural, consumo cultural, derechos de autor, bienes culturales, capital cultural y social, instituciones culturales, mercados culturales, sector cultural de la economía, gestión cultural y administración de las culturas, y se han relacionado directamente con la gestión de identidad o de nacionalidad. Todos alimentados con las elaboraciones teóricas y estudios (Baumol y Bowen, Galbraith, Throsby, Schuster, O'Hagan, entre otros) de lo que hoy se denomina una *economía de la cultura*.

En síntesis, el desarrollo de una economía de la cultura supone el uso de todos los aportes de las diferentes escuelas, entre ellos los análisis neoclásicos, marxistas y de la economía clásica, cuyos *constructos* y relaciones posibilitan hablar hoy día de una economía cultural como disciplina aplicada de la ciencia económica.

El sector de la cultura ha vuelto a ser también un asunto de política, porque es un campo de constelaciones para el cambio. En los años noventa, en América, apenas se podría distinguir

la política cultural de la teoría de la cultura, como señala Kuper (2001). Los avances en la definición de cultura —aquellos que superaron la visión clásica de equipararla a las bellas artes y el saber enciclopédico— han ido posibilitando una relación más directa con el campo de la política. Por ejemplo, Néstor García Canclini señala desde una acepción más antropológica, a la cultura como:

... el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas, es posible verla como parte de la socialización de las clases y los grupos en la formación de las concepciones políticas y en el estilo que la sociedad adopta en diferentes líneas de desarrollo (1987, p. 25).

Y esa relación con el campo político devela que existe un correlato:

... para la unidad de lo individual y lo universal: el Estado-nación. La forma política fundamental de la modernidad resulta ser, en sí misma, una laboriosa negociación entre lo individual y lo universal. Para desprenderse de las casualidades temporales y alcanzar el estatus de necesidad, las naciones requieren el médium universalizador del Estado. El guión que figura en [Estado-nación] representa un vínculo entre la cultura y la política, entre lo étnico y lo artificial. La nación es un material amorfo y,

por tanto, necesita que el Estado le confiera unidad; sus elementos indisciplinados, pues, tienen que ser armonizados bajo una soberanía única. Y puesto que esa soberanía es una emanación de la propia razón, lo local se eleva a la categoría de lo universal. Este proceso tiene lugar por todos los rincones del mundo (pocos movimientos son más universales que el nacionalismo), así que la nación también adquiere un estatus global (Eagleton, 2001, p. 92).

## REFERENCIAS

- Abello I.; De Zubiría, S. y Sánchez, S. (1998), *Cultura. Teorías y gestión*, Pasto, Ediciones Unariño.
- Bonet, L. (1988), “L’economía de la cultura, una especialitat que s’obre camí”, en *Revista Económica de Catalunya*, núm. 9, pp. 26-31.
- Drucker, M. (1978), *La gerencia de empresas*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Eagleton, T. (2001), *La idea de cultura*, Barcelona, Paidós.
- Edwards Deming, W. (1989), *Calidad, productividad, competitividad. La salida de la crisis*, Madrid, Díaz de Santos.
- Fayol, H. (1973), *Administración industrial y general*, Buenos Aires, El Ateneo.
- Galbraith, J. (1971), *Economía y subversión*, Barcelona, Rotativa-Plaza & Janés.
- (1992), *La cultura de la satisfacción*, 3ª. ed., Barcelona, Ariel.
- García-Canclini, N. (1999), *La globalización imaginada*, Buenos Aires, Paidós.
- (2004), *Diferentes, desiguales y desconectado*, Barcelona, Gedisa.
- Geertz, C. (1994). *Conocimiento local, ensayos sobre la interpretación de las culturas*, Barcelona, Paidós.
- Hazlitt, H. (1996), *La economía en una lección*, Barcelona, Folio.
- Katouzian, H. (1982), *Ideología y método en economía*, Madrid, H. Blume.
- Kuper, A. (2001), *Cultura. La versión antropológica*, Barcelona, Paidós.
- Licona, W. (1994), *Las políticas culturales en los procesos de cambio*, tesis doctoral, Praga, República Checa.
- (1998), “Cultura y cambio”, en *Filosofía del derecho. Ética, cultura y constitución*, Bogotá, Ediciones Jurídicas Gustavo Ibáñez.
- (1999), “La gestión cultural. Preguntas por resolver”, en *Revista Cultural de la Universidad de Antioquia*, núm. 43, pp. 5-10.
- (2002), “Hacia una economía política de la cultura en Colombia”, en *Revista del Cenes*, vol. XXI, núm. 33, pp. 125-156.
- Marshall, A. (1967), *Principios de economía*, 4a ed., Madrid, Aguilar.
- Martín-Barbero, J. (1995), *Pre-textos. Conversaciones sobre la co-*

- municación y sus contextos*, Cali, Centro Editorial Universidad del Valle.
- (2001), “Políticas culturales de nación en tiempos de globalización”, en *Gaceta*, núm. 48, pp. 3-19.
- (2002), “Desencuentros de la socialidad y reencantamientos de la identidad”, en *Revista Anàlisi. Quaderns De Comunicació I Cultura*, núm. 29, pp. 45-62.
- (2003), “Figuras del desencanto”, en *Revista Digital Número*, núm. 36, disponible en <http://www.revistanumero.com/36fig.htm>
- Mayo, E. (1972), *Problemas humanos de una civilización industrial*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Ministerio de Cultura de Colombia (2001), *Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010*, documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes) núm. 3162, Bogotá.
- Restrepo, G. (2002), *Misión de la universidad en la formación de un creador o gestor cultural traumático*, Bogotá, s. e.
- Restrepo, L. A. (1990), “Relación entre la sociedad civil y el Estado”, en *Análisis Político*, núm. 9, disponible en <http://www.lablaa.org/blaavirtual/revistas/analisis-politico/ap9.pdf>
- Santos, B. de Sousa (2002), “No somos, vamos siendo”, en *Diálogos de nación. Una política para la interacción de las culturas*, Bogotá, Ministerio de Cultura de Colombia.
- Smith, A. (1997), *La riqueza de las naciones*, Barcelona, Folio.
- Taylor, F. W. (1973), *Principios de la administración científica*, Buenos Aires, El Ateneo.
- Throsby, D. (2001), *Economía y cultura*, Madrid, Cambridge University Press.
- Weber, M. (1991), *¿Qué es la burocracia?*, Buenos Aires, Leviatán.
- Vélez, R. (2002), *Gerencia de organizaciones. Mundo moderno y contemporáneo*, s. l., s. e.
- Vélez, R. (2007). *Los clásicos de la gerencia*. Editorial Universidad del Rosario. Bogotá, D.C., Colombia.