

DARSE CUENTA

Falacias del emprendimiento
y los negocios culturales

DARSE CUENTA

Falacias del emprendimiento y los negocios culturales

Olver Quijano Valencia



Editorial Universidad del Cauca
2022



Quijano Valencia, Olver B., autor
Darse cuenta : Falacias del emprendimiento y los negocios culturales / Olver Quijano Valencia -- Primera edición en español -- Popayán : Editorial Universidad del Cauca, 2022.
166 páginas.

Incluye datos curriculares del autor -- Incluye índice analítico -- Incluye referencias bibliográficas

ISBN 978-958-732-545-4 (impreso) - 978-958-732-546-1 (digital)

1. Industrias culturales 2. Cultura - Aspectos socioeconómicos 3. Economía naranja
4. Emprendimiento

CDD: 338.470705 ed. 23

CO-BoBN- a1096188

Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia
Hecho el depósito legal que marca el Decreto 460 de 1995

Darse cuenta. Falacias del emprendimiento y los negocios culturales

© Universidad del Cauca, 2022

© Autor: Olver Quijano Valencia

Primera edición en español

Editorial Universidad del Cauca, agosto de 2022

ISBN impreso: 978-958-732-545-4

ISBN digital: 978-958-732-546-1

Diseño editorial: Área de Desarrollo Editorial - Universidad del Cauca

Corrección de estilo: Jesús Alexander Navia

Diagramación: Santiago Burbano Martínez

Diseño de carátula: Santiago Burbano Martínez

Editor General de Publicaciones: Juan Carlos Pino Correa

Editorial Universidad del Cauca

Casa Mosquera Calle 3 No. 5-14

Popayán, Colombia

Código Postal 190003

Teléfonos: (2) 8209900, ext. 1134

www.unicauca.edu.co/editorial/



Licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5 CO).

Impreso en Popayán, Cauca, Colombia. Printed in Colombia

Esta publicación contó con el apoyo financiero de los programas de Maestría en Estudios Interdisciplinarios del Desarrollo, Maestría en Gestión de Organizaciones y Proyectos y la Especialización en Gerencias de Proyectos de la Universidad del Cauca, Colombia

Para Juan y Andrea.

A la memoria de Clema y Vicente, por supuesto.

Contenido

Prólogo.....	11
Introducción	13
Commodificación cultural o la activación de la cultura como recurso económico.....	21
De la cultura como ‘experiencia compartida’ a la cultura como recurso económico	22
La diferencia cultural, lo periférico, lo común y lo tradicional/popular como epicentros de la plusvalía.....	30
Economizando la diferencia o la política de la patrimonialización cultural	43
Industrias culturales/creativas y consumo cultural. ¿La cultura con precio o la cultura sin valor?	49
Cultura, <i>emoditties</i> y <i>commodities</i> culturales. Las mercancías del capitalismo emocional.....	57
Agenciando formas de legítima defensa frente a la explotación, explotación y funcionalización de la cultura	68
El yo empresarial, el empresario de sí mismo o el <i>ethos</i> emprendedor de la cultura (neuro)(neo)liberal	73
La teoría del capital humano y su reactualización en la forma-empresa	77
La neo(neuro)liberalización de la sociedad y la producción del empresario de sí mismo.....	82
La parafernalia discursiva e institucional del empresario de sí mismo (emprendimiento)	87
Economía psíquica, ilusión psicológica, interiorización y naturalización de la condición empresarial	90
Empresario de sí mismo, emprendimiento, falsa autonomía o libertad sujeta	95
Automercantilización, desactivación de la lucha social y activación de la lucha contra uno mismo.....	103
Desprendimiento	107
La cultura como fuerza configuradora, la interfaz multidimensional y la ampliación de la base sociocultural de los agentes económicos	111
Cultura y economía: de “esferas separadas y mundos hostiles” a relaciones significativas	114
Interfaz: tensiones, fricciones y contactos de los repertorios del mercado, las bases socioantropológicas y la cultura emocional-afectiva	117
La perspectiva conductual en la economía y las finanzas o la psicología de la inversión. ¿La ampliación de la inteligibilidad económica o el enriquecimiento del modelo estándar?.....	130
Coda.....	143
Referencias.....	145
Índice analítico.....	161

Lista de esquemas

Esquema 1. Sectores y subsectores de la economía creativa.....	52
Esquema 2. Sectores de la actividad cultural y creativa.....	53

Lista de figuras

Figura 1. Ilustración sobre la mercantilización del individuo y la experiencia humana.....	27
Figura 2. Ilustración sobre economía naranja en el contexto del Gobierno colombiano	46
Figura 3. Ilustración sobre el fútbol como mercancía emocional y sedante político.....	67
Figura 4. Ilustración sobre usos y abusos de la resiliencia en tiempos de crisis	98
Figura 5. Ilustración sobre emprendimiento y autonomía paradójica	103

Lista de fotografías

Fotografía 1. Ilustración los negocios de la fe y la espiritualidad.....	29
Fotografía 2. Rebelarse también vende	35
Fotografía 3. Turismo y contaminación	36
Fotografía 4. Mujeres indígenas embera (Colombia) frente al negocio artesanal étnico	39
Fotografía 5. Saberes y conocimientos tradicionales en riesgo frente al corporativismo multicultural contemporáneo	41
Fotografía 6. Composición usos étnicos en modelaje	42
Fotografía 7. Artistas en la economía naranja (Colombia).....	56
Fotografía 8. Artistas, movilización y represión en la economía naranja (Colombia).....	56
Fotografía 9. Minga de arte indígena, Cauca (Colombia).....	71
Fotografía 10. <i>Freelance</i> , automercantilización y precariedad	102
Fotografía 11. Contra la automercantilización y la precarización	109
Fotografía 12. Economías y negocios como formas específicas y concretas de desenvolvimiento sociocultural.....	120

Prólogo

Es un placer y un honor escribir estas breves palabras a manera de prólogo para este nuevo libro de Olver Quijano Valencia, con cuya importante obra me he venido familiarizando durante las últimas dos décadas, especialmente a través de nuestras múltiples interacciones en dos espacios que siempre he considerado únicos, tanto por su originalidad como por su potencia social y política: la Maestría en Estudios Interdisciplinarios del Desarrollo de la Universidad del Cauca y el evento bianual *Tramas y Mingas para el Buen Vivir*. Estos espacios, como puedo atestiguar por mi participación asidua en ellos, son un verdadero laboratorio de construcción de pensamiento interepistémico y decolonial, quizás el más activo y productivo en Colombia, al igual que un faro para la producción de pensamiento crítico en el continente. Olver ha sido uno de los gestores principales de ambas iniciativas. Su dedicada práctica pedagógica, crítica a la academia convencional y centrada en la comprensión y florecimiento de los pensamientos y saberes subalternizados, se ve desplegada a través de todos sus escritos, como es también el caso de este libro.

Aunque a través de su obra Olver ha cultivado de forma integrada y elocuentemente coherente varios dominios académicos y del saber –la crítica al desarrollo, los estudios culturales, el pensamiento decolonial y la interculturalidad–, podemos decir que ella gravita alrededor de un eje transversal: su particular abordaje crítico a la teoría económica convencional y su compromiso con la visibilización de economías otras y economías alternativas. Se enfoca concretamente en aquellas que encuentra claramente articuladas en la práctica y en los saberes de comunidades y colectivos indígenas y afrodescendientes. Olver Quijano es, en resumen, un pensador profundo de *lo económico* como hecho social, cultural, filosófico y político, fundamental en todas las sociedades modernas. El presente libro, *Darse cuenta. Falacias del emprendimiento y los negocios culturales*, de hecho, profundiza la desnaturalización de la economía que ya había comenzado con paso firme el autor en su importante libro *Ecosimías* (Quijano 2016). Si este último nos regaló una compleja visión de la relación entre economía y modernidad desde la perspectiva de la colonialidad, esta vez Quijano se adentra de forma decidida al análisis de la relación entre economía, cultura y subjetividad.

Aquí no se trata solamente de exponer la superficialidad, cuando no la falacia, de la “economía naranja”, sino de visibilizar los perniciosos efectos de los vectores que la acompañan, incluyendo la commodificación de la vida cotidiana, la patrimonialización

de la diversidad y el corporativismo multicultural. Al movilizar la cultura para los negocios, argumenta el autor de brillante y convincente manera, todo –identidades, artesanías, música, arte, comida, paisaje, cuerpo, diseño– se convierte en objeto económico, oportunidad para la acumulación y mecanismo de automercantilización y autoexplotación. Entre la economización de la cultura y la culturización de la economía, se abre todo un espacio ontológico donde se juega la vida, que el autor cartografía con su esclarecedora mirada ontoepistémica. Es allí donde la coproducción de objetos y emociones, de plusvalía y afectos, de negocio y vida cotidiana, conlleva toda una colonización ontológica de la subjetividad a través de perniciosos discursos y proyectos “orientados a configurar el alma, el cerebro y el corazón”. De las inspiradas páginas del texto emerge una comprensión compleja del tan celebrado ‘emprendimiento’ como efectiva tecnología política de la subjetividad y del autosometimiento como cuestionable política de la felicidad.

Con su erudito y certero análisis deconstructivo, apoyándose tanto en economías heterodoxas como en la psicología, la sociología, la antropología y los saberes de los pueblos, el autor nos invita a un “darnos cuenta”, *en términos ontológicos*, de la realidad de este nuevo modelo de existencia, develando de paso el crucial hecho de que al convertirnos en “el empresario de sí mismos” nos rendimos más que nunca bajo una subjetividad contable y cedemos ante la forma-empresa de la vida, por lo que quedamos atrapadas/os en la red de bucles tóxicos de un capitalismo neo(neuro) liberal que ocupa de forma cada vez más difundida y profunda nuestros cuerpos, nuestras mentes, nuestro conocimiento de nosotras/os mismas/os.

Esta nueva entrega de Olver Quijano demuestra lúcidamente por qué la economía es quizás la fuerza más potente, generadora de cultura y de formas de existencia en el mundo globalizado. Por ende, articula un proyecto teórico-político fundamental: cómo recuperar la cultura y la creación para que contribuyan decididamente a la sanación del tejido social y de la Tierra, cómo devolver la economía a la sociedad, a la Tierra, al cosmos vivo.

Derivado de su práctica pedagógica comprometida, *Darse cuenta. Falacias del emprendimiento y los negocios culturales* demuestra por qué su autor es uno de los pensadores más importantes en el continente de la relación entre economía y cultura. El libro es, finalmente, un llamado a deseconomizar la práctica académica frente a su creciente captura por los estándares mercantilizados de una globalidad desbordada.

Arturo Escobar
Profesor de Antropología emérito
Universidad de Carolina del Norte
Chapel Hill

Introducción

Carol Zardetto, en una de sus sugerentes y provocadoras posturas frente a la compleja y preocupante realidad contemporánea y a la necesidad de comprenderla y repensarla, cuenta que

National Geographic publicó hace algún tiempo una historia que parece sacada de una ficción: hormigas colonizadas por un poderoso hongo. Cuando la hormiga ingiere sus esporas, sale de su estricta rutina y se comporta de manera extraña, pues el hongo ha tomado posesión de su sistema nervioso y de su voluntad. La hormiga deja de velar por sus propios intereses. Dominada desde adentro, actúa en función de una sola cosa: la reproducción del hongo. Cuando el proceso termina, la hormiga ha sido completamente infiltrada. El hongo sale por su cabeza expulsando nuevas esporas que contaminarán a más hormigas y así, sucesivamente.¹

Al respecto, se pregunta: “¿Cómo salimos de ese encanto perverso?”. Y responde: “El primer paso será ‘darse cuenta’”.

Frente a las numerosas naturalizaciones de fenómenos que atentan contra la dignidad y el bienestar de significativos segmentos poblacionales, como a sus profusas celebraciones en escenarios hegemónicos y de poder globalocal, “darse cuenta” constituye una de las tareas centrales y uno de los desafíos inevitables en el mundo de la política, la cultura y, claro, en el ámbito de la configuración ontológica y de la subjetividad.

En medio de sofisticadas y sutiles formas de ejercicio del poder, esta vez no solo apelando a la convencional opresión, sino en especial a un sinnúmero de estrategias seductoras, finas y poco perceptibles, se movilizan eficientemente perspectivas psicopolíticas, noopolíticas, *ethopolíticas* y neuropolíticas. Por medio de ellas se concreta muchas veces una suerte de sometimiento inconsciente, de adhesión voluntaria o de deliberada sumisión. ¿Qué pasaría si nosotros, tan cuerdos, fuésemos, sin saberlo, hormigas colonizadas desde adentro?, se pregunta Zardetto. Frente a ello, se sigue pensando en la necesidad de construir formas para acercarse a la comprensión cabal

1 “Descolonizarse. El primer paso es darse cuenta”. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/500454633/Descolonizarse-El-Primer-Paso-Es-Darse-Cuenta-Carol-Zardetto> (Acceso: 07/02/2022).

de la compleja realidad, concretar reflexiones a contrapelo orientadas a develar el trasfondo de los fenómenos acuciantes y, claro, a diseñar acciones que permitan interrumpir este tipo de gobierno también a distancia y en campo abierto.

Este es el espíritu de los análisis y reflexiones que hacen parte del presente libro, el cual tiene como propósito confrontar algunas naturalizaciones movilizadas, no solo desde estructuras gubernamentales y privadas, sino también edificadas y legitimadas en ciertos contextos universitarios, defensores de la sociedad del rendimiento y de los procesos de configuración de la subjetividad neo(neuro)liberal epocal. Develar o quitar el velo que esconde proyectos orientados a configurar el alma, el cerebro y el corazón y a hacer de la psique una fuerza productiva también es parte de este reto ciudadano y crítico, pues, justamente como lo advirtiera Eva Illouz, “la tarea del crítico aquí es recuperar un significado perdido: poner en primer plano una práctica que pertenecía a un período diferente y reconstruir su significado en un contexto que se ha vuelto impermeable a él” (2019: 275).

Sin la pretensión de sumar adeptos a estas posturas, como tampoco de proporcionar respuestas eficientes, pero sí con el ánimo de dejar preguntas capitales para ampliar la conversación y la inteligibilidad sobre la triada cultura, subjetividad y negocios, se presentan algunos planteamientos generales que podrían ser pertinentes en el desarrollo de la tarea de “darse cuenta”. Este asunto no es muy usual en estos tiempos ni en muchos espacios, donde al parecer ni los hechos ni las evidencias importan. Empero, no es posible que se continúe con el uso y el abuso lingüístico y práctico ni con la movilización estratégica mediante la eufemización adjetivada de asuntos, temas y fenómenos que hoy llegan a ser celebrados consciente e inconscientemente por unos y otros, independientemente de su lugar en el mundo y de su agentividad socioeconómica y político-cultural. Se requiere también de otro tipo de lecturas, ya sea de oposición, negociación y/o de desprendimiento, todas posibles mediante una mayor profundización, al igual que del ensanchamiento de los referentes y horizontes analíticos desde donde se da cuenta de la relación abordada en este libro: cultura, subjetividad y negocios.

Desde esta óptica, dicha triada puede enfrentarse asumiendo la cultura en sus diversos usos y significados, en especial desde su *commodificación* o de su activación económica, proceso generador de transformaciones socioantropológicas y de una particular apuesta ontológica o de definición de la subjetividad contemporánea, inscrita en la lógica del empresario de sí mismo o de la autoexplotación como jugada maestra de nuestros tiempos. Por consiguiente, esta aventura analítica, distante de ciertas convenciones como de algunas certezas epistemológicas y del abultado ‘sistema de creencias’, busca contribuir a pensar la triada cultura, subjetividad y negocios desde una perspectiva transdisciplinaria y en contextos altamente complejos. De ahí que, a partir de estas consideraciones, el propósito alude a analizar el rol de la cultura y del contexto como modeladores de la conducta económica y de la constitución ontológica en tiempos de la sociedad del rendimiento, del empresario

de sí mismo y de la autoexplotación. En ellos son cada vez más importantes variables psicológicas, socioantropológicas y espirituales en la configuración económico-financiera y en el desenvolvimiento de los agentes económicos.

Para materializar este propósito ha sido importante acudir a una perspectiva transdisciplinaria, apelando a elementos socioantropológicos, económicos, psicológicos, financiero-emocionales, etc., propios del capitalismo cultural-cognitivo que asume la cultura como recurso económico. Con todo esto estamos seguros de proporcionar elementos para la concreción de una agenda de investigación en torno a temas y problemas propios y relacionados con la cultura, la subjetividad y los negocios, pero ante todo contribuir a la práctica de pensar abiertamente y de manera compleja el mundo económico, financiero y organizacional.

Una de las motivaciones para consolidar estas reflexiones tiene que ver con la persistente ausencia en diferentes contextos, como en el ámbito universitario, de trabajos y análisis que den cuenta de la relación cultura, subjetividad y negocios de manera transdisciplinaria. Empero, y a pesar de estudios desde la antropología económica, la economía y las finanzas conductuales, estos son aún, en general, muy disciplinados y, por tanto, sin significativas aperturas para la incorporación de dimensiones distintas en este intento de mostrar el influjo de la cultura en las dinámicas económicas, en las apuestas ontológicas y en la construcción de la subjetividad. La particularidad de este análisis radica en el abordaje transdisciplinario a dicha triada con la intención de aportar a la desnaturalización de asuntos como la economía, en tanto disciplina y práctica autónoma; los negocios y sus pautas estandarizadas en contextos heterogéneos, y el paradigma actual del empresario de sí mismo y de la autoexplotación como apuesta ontológica y de subjetivación neo(neuro)liberal. Consonante con esta situación, un elemento adicional en la construcción de esta reflexión tiene que ver con la escasa presencia de este tipo de debates en el ámbito universitario, en particular en las ciencias económicas. En estos espacios se han excluido –ya sea por desconocimiento, por el tratamiento simplificado o por una defensa a ultranza de las disciplinas– estos relacionamientos y algunos fenómenos acuciantes y determinantes del capitalismo cultural-cognitivo y financiero o de las mutaciones socioeconómicas y político-culturales de nuestros tiempos y espacios.

De ahí que la pretensión también tiene que ver con contribuir a la incorporación de estos asuntos en las agendas y debates académicos, intelectuales, socioeconómicos y político-culturales, al igual que de las actuales dinámicas de investigación que protagonizan colectivos en un diálogo inter y transdisciplinario. Tal asunto importa de cara a la movilización de fenómenos que han impactado las ciencias económicas, desde acercamientos críticos a manifestaciones paradigmáticas actuales, como el capitalismo cultural, las industrias culturales-creativas, el capitalismo emocional y sensorial, el emprendimiento o la autoexplotación, la economía y las finanzas conductuales, etc. Estas requieren de otros insumos analíticos para una mayor y mejor comprensión, como también para romper, tensionar o telurizar ciertas certezas, mitos y creencias.

Los numerosos contactos y las sugerentes conversaciones con estudiantes de pregrado y posgrado en distintas instituciones, acerca del tema de la cultura y de lo cultural en el ámbito antropológico, sociológico, administrativo, educativo, investigativo, contable-financiero, económico, los derechos humanos, el trabajo social y el desarrollo, me impusieron paulatinamente la tarea de poner en el papel y de una manera más sistemática las diferentes ideas, discusiones, inquietudes, premisas, preguntas y conjeturas registradas en estos fecundos diálogos interdisciplinarios e intergeneracionales. Tal como prometimos y nos comprometimos en estos espacios académicos e intelectuales, finalmente hemos logrado concretar este trabajo, el cual recoge muchas de las preguntas, consideraciones, protestas y silencios de estudiantes de estos programas, quienes piensan y movilizan el pensamiento crítico en medio de tanta adversidad y pérdida de fe.²

En este libro, la relación cultura, subjetividad y negocios se desarrolla a través de tres capítulos que pueden abordarse en el orden de aparición o de manera independiente según los intereses del lector. Lo que se busca es presentar un panorama sobre estos asuntos que estratégicamente convergen en nuestro propósito de dar cuenta del proceso de commodificación de la cultura en todas sus expresiones. Se hará mostrando la forma como opera la producción técnica de mundos y formas de existencia, así como la definición de un perfil específico de subjetividad global asociada a la automercantilización y autoexplotación por la vía de la forma-empresa. Importa también el esfuerzo por evidenciar la presencia de la cultura como fuerza

2 Mi gratitud a los estudiantes con quienes tuve la oportunidad de conversar en los programas de Doctorado en Educación de la Universidad de San Buenaventura, Cali; el Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud y el Doctorado en Formación en Diversidad de la Universidad de Manizales y el Cinde; el Doctorado en Educación de la Universidad Santo Tomás de Bogotá; el Doctorado en Etnobiología y Estudios Bioculturales como de Antropología de la Universidad del Cauca, y el Doctorado en Administración de la Universidad del Valle en Cali. También mi reconocimiento a los estudiantes de los programas de maestrías y especializaciones, quienes también han ampliado mi comprensión sobre el tema. En especial, en las Maestrías en Contabilidad y Finanzas, Gestión de Organizaciones y Proyectos, Estudios Interdisciplinarios del Desarrollo (Popayán, y Pasto en la Universidad de Nariño) y Educación Popular, al igual que la Especialización en Gerencia de Proyectos de la Universidad del Cauca. Asimismo, en la Maestría en Alta Dirección en Servicios Educativos como de Educación: Desarrollo Humano de la Universidad de San Buenaventura sedes Cali y Armenia; la Maestría en Derechos Humanos en la UPTC, sede Chiquinquirá; la Maestría en Educación y Diversidad de la Universidad de Manizales; la Maestría en Intervención Social de la Universidad del Valle, y la Maestría en Educación Descolonizadora, Productiva, Intra-intercultural y Comunitaria de la Universidad Indígena Boliviana *Aymara Tupak Katari*, en Bolivia. Debo igualmente mis agradecimientos a muchos estudiantes de los programas de pregrado en la Universidad del Cauca, en especial de Administración de Empresas, espacio donde empecé hace algunos años a pensar estas ideas en una conversación sobre entorno cultural y organizaciones, y al programa de Contaduría Pública, en donde en los últimos tiempos he dialogado alrededor de los temas de imagen, desarrollo y economías, al igual que de contexto cultural y organizaciones contemporáneas.