

Estudios sobre la identidad y la cultura en las organizaciones en América Latina

STUDIES ON THE IDENTITY AND CULTURE IN ORGANIZATIONS IN LATIN AMERICA

Consuelo García de la Torre*

RESUMEN

Nuestro trabajo pretende evidenciar, el estado en que se encuentran los estudios acerca de la identidad y la cultura en la América Latina, conocer como han sido tratados ambos temas y la manera como las han abordado los intelectuales latinoamericanos. Para alcanzar nuestro objetivo, queremos analizar los estudios encontrados, considerando para ello, cuatro aspectos: 1. Revisión de la literatura publicada y fuentes bibliográficas de referencia. 2. Perspectivas y enfoques utilizados, 3. Metodología aplicada y 4. Resultados alcanzados. Al mismo tiempo, vamos a estudiar el contexto de las organizaciones de América Latina.

La noción de identidad y cultura son controvertidas y complejas, al mismo tiempo, estas son ricas en su dimensión sociocultural y organizacional, sobre lo cual poco se ha trabajado. Sin embargo, debemos reconocer que uno de los problemas de los autores de estudios realizados es la ambigüedad conceptual de ambas nociones. En este sentido, hemos encontrado con frecuencia que ambos términos son tomados como sinónimos o algunas veces la identidad es ignorada como tal o confundida como atributo del objeto de estudio de la cultura. Así como resultado, vemos que ambas han sido trabajadas con superficialidad en la mayor parte de los trabajos, y lejos de contribuir han distorsionado su concepción e inferencias. Esto último, dado que se infiere tomando el camino fácil, respondiendo solo a una moda en el campo,

ABSTRACT

In our job intend to know the state in which the studies about the identity they are found and the culture in the Latin America, to know as have been treated both themes and the way as them have undertaken the intellectual Latin-Americans. To reach our objective one, we want to analyze the studies found, considering for it, four aspects: 1. Revision of the literature published and fountains bibliography of reference. 2. Perspectives and foci utilized 3. Applied Methodology and 4. Results reached. At the same time, are going to study the context of the organizations of America Latin.

The notion of identity and culture are disputed and complex, but at the same time, these they are rich in its dimension socio-cultural and organizational, upon which little has worked itself. However, we should recognize that one of the problems of the authors of studies carried out is the ambiguity conceptual of both notions. In this sense, we have found frequently that both terms are taken like synonyms or some times the identity is ignored as such or confused like attribute of the object of study of the culture. Thus therefore, we see that both have been worked with superficiality in the majority of the jobs, and far from contributing there they are superficiality their conception and inferences. This last, given that is inferred taking the easy road, responding alone to a fashion in the field, of something that truly would be able to contribute significantly to

* Doctora en Administración (École de Hautes Études Commerciales, HEC de Université de Montréal, Canadá). Investigadora en áreas como modelos de administración y gestión en América Latina, gestión social, mercadotecnia social, consumidor y desarrollo de gobiernos locales. Perú

Correo Electrónico: cogarcia@itesm.mx

Artículo Tipo 2: de Reflexión. Según clasificación de Colciencias.

Fecha de Recepción: 20 de noviembre de 2007

Fecha de Aprobación: 13 de diciembre de 2007.

de algo que verdaderamente podría contribuir significativamente a la comprensión de las organizaciones en América Latina.

Palabras Claves: Cultura, identidad y América Latina

the comprehension of the organizations in Latin America.

Keywords: Culture, Identity, Latin American.

INTRODUCCIÓN

Para una mejor comprensión de nuestro análisis, esté ha sido desarrollado en cinco partes. En la primera parte presentaremos, nuestras apreciaciones históricas de los países de América Latina, lo cual nos permite visualizar lo esencial de su proceso histórico en relación con occidente. Así, América latina ha sido más bien la fusión de años de mestizaje, que ha dado lugar a una diversidad muy importante e interesante, que es necesario tomar en cuenta antes de abordar el estudio de la identidad y la cultura en las organizaciones de estas sociedades en el transcurso del tiempo. Queremos comprender y considerar para ello la historia común y particular, dado que esto nos permitirá apreciar la complejidad de la realidad Latinoamericana.

En una segunda parte, presentaremos la diferenciación cultural a través de la historia de occidente como fuente fundamental de nuestras concepciones intelectuales acerca de la realidad cultura y la identidad, así poder buscar explicaciones y comprender, porqué y cómo se ha dado el impacto de los acontecimientos y las formas en que estos han sido tratados por la literatura occidental.

En una tercera parte, haremos una propuesta conceptual de las nociones de identidad y cultura; con la formalización de los mismos y la inclusión de la aculturación dentro de su dinámica, para ver aparecen nuevas categorías de estudio. Dado que existe en el ámbito internacional abundancia en la literatura sobre este sujeto. A fin de evitar las redundancias nos hemos permitido desarrollar ciertos elementos de conceptualización, a partir de una confrontación entre nuestra revisión de la literatura sobre el sujeto de nuestro trabajo y ciertos conceptos desarrollados en América latina.

En una cuarta parte, intentaremos hacer una síntesis de como se ha estudiado la identidad y la cultura en las organizaciones en el ámbito

internacional, en donde haremos especial atención a las formas de acercamiento e intentaremos explicar las razones fundamentales de las tendencias, que han predominado en el campo de la organización empresarial.

En una quinta parte, pasaremos por una revisión de la literatura que ha sido publicada en materia de estas dos nociones en las organizaciones de América latina, para luego examinar los aportes del trabajo de los intelectuales por mostrar como es la cultura e identidad en sus países. Lejos de toda idea exhaustiva, consideramos este trabajo como el inicio a las posibles investigaciones sobre el tema, se puedan realizar en el campo del análisis organizacional, así como el reconocimiento en estas sociedades su diversidad cultural e identidad que emergen en el seno de sus organizaciones a través de la acción. No podemos pues, abordar los estudios sobre la identidad y cultura en América latina sin antes situarlos en su contexto social, cultural y epistemológico históricamente construido. Así el trabajo que aquí presentamos se limita a: primero, revisión de la literatura publicada y fuentes bibliográficas que utilizan, a fin de poder conocer cuantos y bajo que perspectivas se han trabajado dichos estudios sobre Identidad y Cultura organizacional, realizados en los distintos países de América Latina; segundo, cuales son los enfoques de estos estudios; tercero, la metodología utilizada y por último a que resultado llegaron con dichos trabajos.

Finalmente, presentamos los resultados del análisis de la literatura publicada en la América Latina, acerca de los estudios empíricos realizados. De está podemos señalar que hemos podido distinguir entre los autores una sustentación en referencias bibliográficas norte americana mayor que aquella referida a los autores europeos o latinoamericanos. Respecto a las formas en que estos han abordados sus estudios, la perspectiva utilizada es variada entre: la cultura empresarial, gestión intercultural, la

cultura de las organizaciones y la subcultura profesional. En tanto que el concepto de identidad ha sido poco estudiado y de haberlo hecho se encuentra confundido frecuentemente con la cultura como concepto idéntico o considerado como imagen de marca de la organización. Esto es importante señalar como condición previa a la eventual reflexión sobre nuestros propios “modelos” nacionales de análisis visualizada desde las ciencias sociales o la administración.

En cuanto a los resultados encontrados tenemos que las perspectivas o enfoques de los estudios publicados varían en cuanto a considerar implícitamente la cultura como elemento o variable de la organización; construida a partir de una decisión estratégica o forma de perpetuar una visión del líder fundador o formas de estructurar las reglas de acción social dentro de la organización. También, la cultura como personalidad propia de la organización que le otorga una identidad que la diferencia de otras organizaciones. Las metodologías de los trabajos empíricos son en su mayoría exploratoria, estudios de caso con métodos etnográficos en su planteamiento, pero que terminan haciendo uso de entrevistas a profundidad sin el rigor que exige la observación participante propia de este método, más bien culminada por el uso de cuestionarios que sirven para verificar los llamados métodos etnográficos. Su objetivo último es darle una mayor eficacia y éxito a la organización.

ANTECEDENTES

En el contexto de globalización, las organizaciones confrontan situaciones y relaciones complejas que no habían sido previstas en los estudios y análisis anteriores que de ellas se realizaron. Estás pues han sido hechas, a partir de una visión interna y cerrada de la organización. Es común encontrar en los análisis de la organización, que ignoran los vínculos entre la organización y sus contextos. Es así como en la actualidad, los estudios acerca de la identidad, la cultura nacional y organizacional emergen en escena a través de sus prácticas sin que encuentren una vinculación en los análisis. Desde una visión de complejidad la perspectiva sistémica considera la organización como un sistema abierto que interactúa con otros sistemas, pudiendo ser esta interacción al interior o al exterior de la organización, ya sea con el sistema social como el cultural que las acoge y las vincula de manera

permanente. En el campo organizacional por un lado, vemos que la identidad y la cultura sirven de base y de seguridad a sus miembros, que la ven expresada a través de sus reglas de acción. De otro lado, estos pueden ser concebidos como elementos de proyección estratégica, pudiendo convertirse algunas veces en proyecto inalcanzable.

Podemos decir que en nuestros días, en las organizaciones de América latina el impacto de la globalización es decir, de la economía, los medios de comunicación y la tecnología son elementos que se ven traducidos en las prácticas de gestión y han dado un aporte significativo a las maneras tradicionales de estudiar y de abordar la identidad y cultura. No olvidemos la diversidad existente en América latina, producto de los procesos de amalgama de aculturación, transculturación u otros modos de influencia cultural que se han dado en el tiempo. Sin embargo, vemos que los estudios que se realizan tienen enfoques en los cuales no se tiene necesariamente en cuantos estos aspectos tan importantes y significativos.

Pretendemos revisar estas perspectivas en los estudios de la cultura e identidad, nociones complejas, cuya definición varía de acuerdo a la orientación y enfoque que asume el autor en su trabajo. Vemos que ambas nociones se han utilizado de manera diversa según los objetivos del estudio. En este sentido, los estudios que se han desarrollado en las organizaciones en América Latina tienen enfoques que son el resultado de una gran cantidad de corrientes adoptadas. Dado que se conoce muy poco acerca de los trabajos realizados en el ámbito de la región, nuestro interés está pues, en poder conocer que pasa en los estudios desarrollados hasta hoy. El proceso, lo realizaremos a través del análisis de las publicaciones disponibles, en Internet, bibliotecas y bibliografía disponible en otros medios, así podremos dar una visión panorámica del estado del arte traducido en la producción en la región sobre estos dos temas.

Es importante mencionar, nuestra posición al respecto, dado que lo consideramos importante en cualquier estudio, que se pretenda realizar en el campo de las organizaciones. De un lado, tener en cuenta los fundamentos de las nociones de identidad y cultura y del otro, la historia de América Latina y su contexto a partir del cual se

logre la comprensión de la realidad regional. Es por ello que partimos nuestro análisis de la reflexión acerca de las perspectivas de las nociones de identidad y cultura, para luego pasar a revisar la historia de América Latina donde están las organizaciones estudiadas. Luego de esto, pasaremos a revisar los trabajos que se desarrollaron en el continente Centro y sur americano. En este sentido, nuestro análisis será realizado en función de cuatro ejes que creemos son significativos para la comprensión de la producción: las referencias bibliográficas utilizadas, las perspectivas o enfoques adoptados, las metodologías aplicadas y los resultados obtenidos y presentados.

1. LA IDENTIDAD Y LA CULTURA EN OCCIDENTE Y AMÉRICA LATINA

La mayor cosa después de la creación del mundo, sacando la encarnación y muerte del que lo creo, es el descubrimiento de las Indias, y así las llaman nuevo mundo.

Francisco López de Gamarra, *Hispanica Victrix* (1552)

Las Indias y España son potencias bajo el mismo amo; pero las Indias son la principal, España no es sino la accesoria.
Montesquieu, *L'esprit des lois*.

América hispánica que corrientemente se designa con el nombre de América Latina abarca hoy dieciocho naciones, se ubica en el continente Americano, la lengua es el español, donde se mantiene viva, con la lengua la cultura española que ya se hizo mestiza. Hoy en América Latina se distinguen cinco zonas de límites no siempre claros: 1. México y América Central, 2. La zona del Caribe 3. La zona andina 4. Chile 5. La zona rioplatense >¿Henríquez, 1995?¿. Las dos grandes civilizaciones florecientes en el siglo XVI fueron la mexicana y la peruana. A estas dos grandes organizaciones políticas y administrativas dieron los españoles el nombre de imperios. América hispánica, tres cuartos de siglo de la historia de los hombres, duración imponente desplegada sobre territorios inmensos de más de tres mil kilómetros de longitud desde el trópico de cáncer hasta los 42 grados de latitud sur de Chile. Es a la vez el primer gran imperio colonial de los tiempos modernos, la primera empresa económica y el primer sistema de

intercambio, la primera red de comunicaciones, constituida a escala del mundo (Baudot, 1995); pero también el primer proyecto político, espiritual y misionero que se sitúa en una perspectiva planetaria, es un hecho que sin el imperio español nuestra historia y el mundo en el que vivimos no sería lo que son. Latinoamérica, podemos decir que es un compuesto mestizado, cuyos elementos aún no bien fraguados permiten que las fuerzas modeladoras del medio, mantengan en tensión y hasta en conflicto las distintas formas que los individuos en evolución perpetúan la diversidad y la desintegración de los ingredientes en su seno (Martínez Estrada, 1962). En América Latina se dan elementos positivos y progresistas en otras partes, como coeficiente de retazo, y recíprocamente, elementos negativos y reaccionarios que contienen verdaderos ingredientes de progreso propios de una lógica de pensamiento particular.

Lo más característico en lo que se refiere a la conciencia de la identidad en América Latina es la integración de variadas influencias, externas e internas, formando un todo cultural en el cual, a pesar de las muchas variaciones regionales y locales, hay rasgos comunes identificables en todo el continente UNESCO (1986). El substrato cultural originalmente americano, lo indígena, que se ha mezclado con elementos traídos de Europa, África y Asia, sigue culturalmente vigente aun en los países donde el porcentaje de indios es reducido. La identidad latinoamericana es, por lo tanto, el reconocimiento de esa síntesis racial y cultural que caracteriza el continente, aunque, en términos históricos, sea sobre todo el encuentro Europa – América, ibérico – indígenas, en el siglo XV, el que ha marcado la conciencia cultural de la mayoría de los países latinoamericanos de la actualidad. En suma, por particular colonización, consistentemente estructurada, que la ligaba fuertemente a Europa, América Latina ha experimentado durante más de tres siglos un proceso de occidentalización. Por eso, uno de sus problemas es la dependencia, que ha generado la incapacidad para vincular el pasado con el presente, lo que permitiría definir su singularidad, originada por la heterogeneidad de sus componentes étnicos e históricos, débilmente encapsulados en cada una de las sociedades latinoamericanas, en segmentos sociales y culturales superpuestos y jerarquizados Matos Mar (1986).

Por una temporada, los antiguos combatientes en la batalla de la identidad, dejan ahora descansar sus plumas y buscan ampararse en la

globalización de la era que se abre: un cosmopolitismo en que se prescinde en forma implícita de toda clase de raíces en la raza, la tierra, la historia o la cultura, Fuenzalida (1997). Es una manera de evadir los problemas no resueltos de la etnicidad y la clase y las difíciles opciones personales que, en países como los latinoamericanos de fronteras materiales y espirituales poco definidas, demandan del pensador y del político una postura concreta.

Este receso viene acompañado, sin embargo, por una nueva atmósfera que emerge en esa misma escala planetaria de la globalización que les sirve de refugio. En ella, al mismo tiempo que las nuevas instituciones y estructuras de la globalización ejercen sus presiones y se imponen sobre las autonomías de los estados naciones que declinan, las viejas identidades étnicas, religiosas, raciales, culturales y territoriales que se daban por desaparecidas o integradas en espacios nacionales, hacen afirmación violenta de su realidad y persistencia histórica en escalas mayores y menores, pugnando de una parte por su afirmación, reconocimiento y antagonizando. El problema de las identidades nacionales como señala Fuenzalida (1994), está, pues, lejos de haber sido resuelto no solamente en los países latinoamericanos sino en el resto del planeta.

La globalización de mercados en América Latina constituye, un riesgo para el empleo y para las soberanías nacionales. 25,000 empleos nuevos son creados por cada millón de dólares de exportación (Gauthey F., Ratiu I., Rodgers I. & Xardel D, 1988), en el mundo desarrollado. Los excedentes comerciales se convierten en apuestas nacionales y los déficit en drenajes de recursos nacionales esto tanto en el plan financiero como humano. La importancia de la interdependencia es tal que las políticas económicas a escala nacional a partir de ahora tienen efectos muy limitados. En ese contexto, la organización y su gestión se encuentra confrontada a relaciones complejas que no se había previsto en análisis anteriores. Es así como entonces, los conceptos de cultura e identidad emergen en escena, a la vez como base de seguridad y como preocupación amenazante que corre el riesgo de aumentar las ambiciones internacionales como aquella ambición, que hizo a Icaro pretender llegar el sol en su proyecto inalcanzable. Jean De otra parte, hoy algunos años después del comienzos del siglo XXI, creemos importante situarnos en el contexto de las diferencias interculturales que incluyen los

procesos de aculturación como el común denominador de la comunidad mundial. Así, después de un largo periodo, podemos decir que en nuestros días tal como lo hemos señalado antes, el impacto de la globalización en la economía, los medios de comunicación y la tecnología, así como en las instituciones tradicionales (Giddens, 2000) que rigen nuestra vida cotidiana, producirán cambios significativos a las maneras tradicionales de aculturación, transculturación o cualquier otro modo de influencia entre culturas en este mundo cosmopolita. Es necesario que tomemos en cuenta, todo esto, para abordar el estudio de la identidad y la cultura en las sociedades y organizaciones de nuestro tiempo. Con la formalización de los conceptos de cultura e identidad y la inclusión de la aculturación, aparecen también categorías de gestión diferenciadas por sus objetivos y sus orígenes intelectuales (la antropología, relaciones internacionales, teoría de las organizaciones, etc...) Es así como hemos podido distinguir la gestión intercultural, de la cultura de organizaciones y de la subcultura profesional. En tanto que originarios de culturas no occidentales estamos interesados en la administración intercultural como condición previa a la eventual reflexión sobre nuestros propios "modelos" nacionales.

La gestión intercultural en administración, es aquella que tiene en cuenta en su concepción y en su práctica las diferencias entre culturas (Gauthey F., Ratiu I., Rodgers I. & Xardel D, 1988). Esto incluye la identidad como un elemento esencial de la misma. Por esto nos hemos propuesto abordar la cuestión según el análisis de la diferenciación cultural de América latina y en sus organizaciones, esto a través de los estudios realizados por los representantes de las ciencias sociales. Dado que existe en el ámbito internacional abundancia en la literatura sobre el sujeto, a fin de evitar las redundancias nos vamos a permitir desarrollar ciertos elementos de conceptualización a partir de una confrontación entre nuestra revisión de la literatura y ciertos conceptos desarrollados en América latina. Lejos de toda idea exhaustiva, consideramos este trabajo como el inicio a las perspectivas utilizadas en el campo del análisis organizacional y la gestión intercultural, así como el reconocimiento de nuestra diversidad cultural e identidad. No podemos pues, abordar los estudios sobre la identidad y cultura en América latina sin antes situarlos en un contexto social, cultural y epistemológico históricamente construido.

2. LA DIFERENCIACIÓN CULTURAL A TRAVÉS DE LA HISTORIA EN OCCIDENTE

2.1. LA DIFERENCIACIÓN IDENTITARIA Y CULTURAL

La historia cultural del occidente comienza con el nacimiento de la escritura, el establecimiento de la civilización greco romana y las primeras instituciones como aquella del estado. Esto hizo que la diferenciación cultural se haga a través de la «*estructuración territorial* (campiña, ciudad, pueblo...) y sociológicamente (castas, clases, etnias...) *de los grupos humanos*» (Morin, 1973). El desarrollo de las religiones introduce la diferenciación por las creencias y reforzada por los mismos aspectos que les son asociadas, centradas especialmente alrededor de la lengua y la escritura. En el siglo XVIII el movimiento de la modernidad viene a dar la ilusión de una apertura de la vida humana de toda creencia, de todo respeto de las tradiciones y toda aprensión visceral a un territorio, un pueblo o un linaje (Philippe, 1989). Ello permitió la introducción de nuevos criterios de diferenciación de aquellos relacionados con la raza y el progreso. El hecho que el estudio de las diferencias culturales se confunda con el nacimiento de la antropología (Mercier, 1966), no significa que la historia de la diferenciación cultural haya comenzado en el siglo XIX. En efecto, la diferenciación por la cultura se remonta a la era del establecimiento de las grandes civilizaciones prehistóricas, para el caso de América Latina la civilización Azteca, Maya, Inca entre otras.

2.2. LA CONSTRUCCIÓN CULTURAL E IDENTITARIA DE LA AMÉRICA LATINA

En América latina existe con frecuencia, una confusión, en las definiciones del término cultura e identidad, ellas proceden de definiciones estáticas de identidad, cultura y etnia. Contemporáneo a Durkheim, Herbert Spencer nos llamó la atención, sin embargo, sobre la naturaleza dinámica de los sistemas institucionales y las identidades que éstos definen. La evolución de los sistemas sociales - sostiene - conduce desde estructuras cerradas de mínima diferenciación institucional interior, en las que la institución familiar es coextensiva al conjunto total hacia otros sistemas, cada vez más abiertos, en los que la diferenciación es creciente y las instituciones no son coextensas sino que se interceptan en forma compleja unas a otras

(Fuenzalida, 1994). La cultura, en cuanto soporte espiritual de tales estructuras, sigue procesos semejantes. La noción de sociedades complejas, aplicada a las sociedades modernas por la antropología social de las últimas décadas responde a las distinciones postuladas por Herbert Spencer. Salvo el caso de sociedades aisladas, la mayor parte de las sociedades modernas responde a estados de diferenciación institucional avanzada. Etnicidad, raza, familia, territorio, religión, estado y clase social han dejado de constituir una identidad coextensa y se articulan, más bien, en identidades de carácter plural y complejo. La afirmación de particularismos en la sociedad postmoderna obedece, tal vez, a la desintegración de identidades complejas de mayor extensión. La voluntad de imponer el retorno a esquemas de tipo arcaizante —como en el caso alemán de la última guerra— no puede sino ser el origen de graves conflictos.

En el caso latinoamericano, constataciones como ésta conducen a una pregunta inevitable. La dudosa y ambigua identidad que se reconocen los intelectuales latinos ¿es producto de un proceso de síntesis todavía no resuelto, o residuo hasta hoy no totalmente procesado de una identidad de carácter más amplio y complejo que se desintegró en el pasado? Continuidad es un ingrediente central en la noción de identidad, que tenemos bajo examen. Y si la América Latina posee una identidad aunque sea en estado inacabado e inconcluso, tal identidad no puede dejar de arraigarse en el tiempo y en la historia. Resulta imperativo acudir, pues, a la historia (Fuenzalida, 1994). La naturaleza radial del sistema imperante en la América latina, favorecida por la estructura étnico tribal de la sociedad conquistada y la fragmentación del espacio, fue la clave de la dominación incaica. Gracias a ella, se impedía la creación de redes transversales entre los gobernados y se mantenía un antagonismo continuo entre ellos impidiendo la emergencia de una identidad común y con eso la formación de coaliciones. Pero en ella estuvo también la debilidad del imperio. La expropiación excesiva impidió el desarrollo económico de las sociedades vencidas. La redistribución y el monopolio de la circulación impidieron la generalización de un mercado nacional. La centralización hizo imposible la evolución hacia solidaridades más amplias que las de la aldea, la tribu o la etnia. La continua expansión territorial del dominio exigía una integración de nivel más complejo para eso

una tecnología superior de gobierno de la que la dominante etnia quechua carecía.

Hacia comienzos del siglo XVIII lo que es hoy América latina constituía el núcleo de un vasto sistema imperial que extendía su espacio desde Panamá hasta Tierra del Fuego y cuya influencia se ampliaba hacia todo el Pacífico Sur. Hasta el siglo XVIII, los latinos... “vivieron acostumbrados a que la justicia fuera administrada por sus conciudadanos y que uno de los polos del poder político estuviera administrado por el elemento vernáculo”¹ (Altuve-Febers Loes, 1996). El Imperio de las Indias no participó sino en forma marginal de las transformaciones religiosas, filosóficas, sociales y políticas de las que fue protagonista el mundo europeo en el curso de los siglos XVI y XVII, pero a cambio de esa marginalidad y de ese haber quedado fuera de la modernidad, no hubo de sufrir tampoco las divisiones religiosas, las crisis económicas, las hambrunas ni las guerras que asolaron la Europa de ese tiempo. Era una sociedad más rural que urbana, aunque sus ciudades prosperaban. La economía era fundamentalmente agropecuaria y extractiva con una producción abundante de alimentos y una demografía moderada y aunque la industria no llegó a desarrollarse, la exportación de minerales nobles garantizó en todo momento un abastecimiento generoso de manufacturas de ultramar

La legislación virreinal de los Austrias se reveló históricamente, en tal forma, como un poderoso instrumento de unificación cultural, social y racial más que como un medio de preservación de las idiosincrasias étnicas de los conquistadores y los conquistados. Así, un ciclo continuo de recuperación, elaboración y devolución de creencias, normas y valores, cuya base material estuvo en los intercambios económicos y cuya resultante fue la producción final de una común cultura, y con ella la de una identidad particular latina en el marco de una nueva identidad común hispana que, definible ya como una civilización

establecida en los cinco continentes, rebasaba las fronteras de lo étnico y de lo geográfico.

Entre el siglo XVI y el XVIII sin embargo, la República de los Españoles se convierte en la República Criolla. Sometidos los conquistadores y sus descendientes a un régimen jurídico común que los distanciaba de los peninsulares y los acercaba unos a otros, en el Imperio de los incas desaparecieron en relativamente breve tiempo los particularismos étnicos que oponían en su patria de origen a los castellanos, andaluces, catalanes y a otros pueblos. Emergió tempranamente — mucho antes que en España misma — una conciencia de hispanidad común que se tradujo en la emergencia del criollo. España, como criolla, nació de ese modo en este continente antes aun que en Europa en donde las diferencias de unos y otros españoles persisten todavía.

Un segundo proceso fue el de la fusión del criollo y el indio y la emergencia gradual entre ambas repúblicas de una nueva capa social constituida por los mistis o mestizos y al sur por los llamados cholos. Esta fusión no resultó impedida por el prejuicio racial que, para el español del siglo XVI, producto de más de tres mil años de mezclas raciales, era prácticamente inexistente.

Identidad, territorio, estado y nación se hicieron idénticos. Y denuncia la identidad alienada que observa surgir: «Y de tan buena fe creyeron (lo contrario) muchos españoles latinos, que... están persuadidos de que pertenecen al imperio de los incas; de que son indios; y de que los españoles europeos los conquistaron y les hicieron grandes daños» (MiroQuesada, 1925). Muchas ciudades capitales de las nuevas repúblicas, orientadas ahora hacia Francia e Inglaterra, “modernizaron” su estilo. “La ciudad criolla republicana... por su propia conveniencia reforzó el aislamiento campesino y favoreció... el fortalecimiento de una subcultura (distinta) en el campo andino”. Esa subcultura, tradicional y mestiza, fue identificada, desde entonces, como “india”. En lugar de crear la unidad e igualdad, la ley

¹ El grabado original se encuentra en la primera edición de la Relación de un Viaje por la América Meridional de Jorge Juan y Antonio de Ulloa. La leyenda reza: Fernando VI Rey de España y XXII Emperador del Perú. Oleos destacando la continuidad dinástica entre los incas del Cuzco y los de Toledo y Madrid pueden actualmente ser vistos en el Museo Pedro de Osma de Lima. Este podría ser uno de los significados de la críptica frase según la cual «la cabeza del Inca se encuentra en Madrid».

consagró una frontera jerárquica. “La república falseó la igualdad real mediante la igualdad legaz” (Iwasaki, 1988), La especulación filosófica y la ciencia social que nacían difundían ahora las ideas de “geografía”, de “raza” y de “pueblo” como modos de ser solidarios determinantes del estatus territorial, biológico y psíquico de grupos humanos y la hacían sustrato común de la civilización, la cultura y los logros sociales. Por largo tiempo la visión racista y la reducción geográfica fueron inseparables de la Ciencia Social recientemente fundada en la Francia del régimen nuevo, en los republicanos Estados Unidos y en la Inglaterra anglicana y pragmática. Desde Saint Simón una nueva visión de la historia se impone. La especie humana evoluciona y progresa en conjunto hacia el estado “positivo” ideal de una civilización tecnológica, perfectamente racional y científica

Las culturas se condicionaban por su núcleo tecnológico. Pero cada una de ellas seguía siendo un sistema interdependiente de rasgos no interpenetrable con otras. La identidad seguía siendo un hecho inalterable en la historia. El combate por dominios geográficos seguía siendo una consecuencia necesaria del encuentro cultural en la historia. Sin haber hecho abandono formal de los viejos lenguajes que, en el marco de antiguas tradiciones legales usaban los términos de “casta” y “linaje”, “indio”, “criollo” o “mestizo” como definiciones de estatus político, el nuevo mundo que surgía reedificó las identidades sociales sobre la nueva estructura cultural y económica y sobre la nueva visión del espacio geográfico que esta estructura imponía y adoptó gradualmente la visión racista y geográfica del paradigma científico en boga. La identidad terminó definida, en los hechos, por la actividad económica, urbana o rural; la residencia, costeña o “serrana”, capitalina o de ciudades de menor importancia dieron origen a los estilos de vida, tradicional o “moderno”.

Entre los elementos que polarizaban la identidad latinoamericana posible, el criollo representaba el lado culto, civilizado e instruido; la iniciativa de la industria, la banca y el comercio; los hábitos modernos de higiene y de consumo. *“La suerte del latino es inseparable de la del indio... la raza española ha convivido y se ha mezclado con la raza aborigen durante tres siglos creando el tipo del mestizo, que constituye la mayoría de la población, y del criollo, que por influencia del*

ambiente es mestizo, por ósmosis”. Y luego, medio siglo más tarde, el mismo ensayista creará haber descubierto, por fin, la identidad del latino en la fe y atribuye al catolicismo *“la definitiva transformación espiritual de la América latina”*. *“En esta vinculación espiritual —dice— estriba el secreto de eso que se llama... la conciencia nacional”*.

Se trata de la identidad de los latinos. Es decir, de su identificación común en un conjunto de rasgos significativos de naturaleza exclusiva y excluyente en referencia a los miembros de otra colectividad cualquiera. Pero, en buena cuenta, lo que se encuentra detrás de la cuestión de identidad no es una mera cuestión de semejanza o diferencia percibida por una determinada colectividad humana en sí misma frente a otras o en otras frente a sí, sino una cuestión de pertenencia y otra de contexto ya que para que esas semejanzas y esas diferencias puedan llegar a percibirse deberán darse por necesidad con relación a un contexto que proponga la comparación y en el cual se defina pertenencias. La cuestión de identidad resulta siendo, por eso, la cuestión de los contextos en cuyo ámbito establecemos el contraste. Históricamente se ha propuesto, como se ha visto en lo anterior, hasta cuatro contextos con esta pretensión: los biológicos sintetizados en la idea de la raza, los de subordinación dinástica o política, los de territorialidad común y los de cultura. Tres problemas se plantean necesariamente a este respecto. El primero el de la eventual o posible solidaridad o coextensión entre contextos; el segundo, el de la existencia o ausencia de una mayor o menor homogeneidad de aquellos a quienes llamamos hoy latinos en términos de uno cualquiera de los contextos que se ha venido proponiendo; el tercero el de la naturaleza efectivamente excluyente de esas homogeneidades eventuales. Hay evidentemente una distinción sentida entre la identidad como abstracción y teoría y la identidad como experiencia y percepción. Dicho de otro modo, para el latino ni las fronteras políticas ni las territoriales constituyen fronteras en la experiencia y percepción de semejanza y aun identidad, ni la circunstancia de compartir con otros el mismo territorio y hallarse sometidos a la misma jurisdicción política resultan suficientes para proveer la experiencia y percepción de identidad o siquiera semejanza con otros grupos o personas. La experiencia y percepción de diferencias en

estilos de vida o de cultura tiene obviamente que ver con lo insatisfactoria que ha venido a resultar esa solución. Y la moderna ciencia antropológica no avala la existencia de ninguna relación determinante entre territorialidad ecológica o política y cultura.

3. POSICIÓN TEÓRICA

3.1. LA PREGUNTA FUNDAMENTAL ES: ¿QUÉ ES LA CULTURA? Y ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD?

Bien que no es ninguna novedad hablar de cultura, la explicación del concepto se hace indispensable para todo análisis cultural. El concepto cultura es cada vez más difícil de determinar en una definición, más que sus criterios de diferenciación no han hecho sino evolucionar en el tiempo. Ya en 1952 Kroeber y Kluckhohn censaron 160 definiciones, (Chevrier, 1995). Los semánticos y los lingüistas sabían que no hay una « buena definición » de un término o concepto, todos están de acuerdo que hay un consenso sobre el uso que se hace en determinadas circunstancias (Lussato, 1989). La novedad no está entonces en el concepto sino en la manera en la cual uno hace uso de ella. Es por ello que nos limitamos a reportar, a título de referencia, dos de las definiciones más citadas así como las que hemos preconizado por su comodidad en este trabajo. Así, para Taylor, que citamos como el primer antropólogo moderno, la cultura designa *«ese todo complejo que engloba el saber y las creencias, el arte, la moral, las costumbres y todas las otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre, en tanto miembro de una sociedad»* (Gardner, 1993)

Más tarde Kluckhohn propone una definición más común y más utilizada en antropología, según la cual *« La cultura es la manera estructurada de pensar, de sentir y de reaccionar de un grupo humano, sobre todo adquirida y transmitida por los símbolos, que representan su identidad específica, ella incluye los objetos concretos producidos por el grupo »* (Bollinger, & Hofstede, 1987). A través de estas dos definiciones podemos decir que la cultura es una noción ontológica percibida axiológicamente que concierne al ser humano y sus relaciones con los otros y con el medio. Una definición breve es la de Melville J. Herskovits (1952) quien le resume así *« La*

cultura es aquello que en el medio es debido al hombre²»

Así la cultura hace referencia a la experiencia humana en su dimensión la más amplia, aquella que pretende toda tentativa de su objetivación sometida al principio de reduccionismo. La cultura es más que uno comportamiento colectivo como dice Durkheim (Hénault, 1974) o una programación mental como la define Hofstede ((Bollinger, & Hofstede, 1987), pues en el primer caso el énfasis está puesto sobre uno de los aspectos de la traducción y actualizaron de la cultura como la acción observable; y en la segunda, la cultura se reduce a una representación mental que condiciona la realidad de los seres humanos. Nosotros pensamos que el acceso a la cultura no puede ser ni completo ni totalitario en la medida que ella moviliza la conciencia y la inconsciencia de la experiencia humana, sus dimensiones explícitas y tácitas así como su carácter imánente y trascendente. Comprendemos porque ciertos autores (Aktouf, 1990), para evitar la controversia, han buscado envolver la cuestión a través de las afirmaciones dialécticas documentadas y sostenida por un saber práctico. De todo ello, se deduce la importancia del aprendizaje que moldea a los individuos evolucionando en su medio y que demanda procesos esenciales de la adquisición de la cultura. Esta característica dinámica es muy importante. Marcuse ve los mismos elementos de la cultura señalando que *«Esta es un proceso de humanización (humanisierung) caracterizada por los esfuerzos colectivos»* (Marcuse, 1979). De esto se desprende que el individuo sufre las influencias de su medio que le sirve también de guía social y psicológica. La función social de la cultura permite esencialmente al individuo de sentirse integrado, seguro, de desarrollar el sentimiento de pertenencia gracias a su comprensión de ese universo moral, mental y simbólico. La cultura elabora las leyes de la socialización del individuo y las normas del grupo. La función psíquica de la cultura procura al individuo de una identidad que guía su comportamiento y que lo prepara en los modos de pensar, los canales de expresión y sus sentimientos. Así, todas las personas asimilan la cultura siguiendo las fluctuaciones sociales de sus aprendizajes que influyen sobre su personalidad.

² Signifiant pour l'auteur l'habitat naturel et le milieu social.

A partir del tipo de sociedad, esta adaptación del hombre a su medio varía el grado de permeabilidad a la innovación, y esta constituida entre otras, por la escala de recompensa o castigo que se dan en cada país y la influencia de la necesidad de logro que esto puede denotar, desde cada particular punto de vista, así pues, para algunos, será el esfuerzo constante por alcanzar la excelencia en todas las tareas empresariales que emprenden los individuos. Autorrealización, como en la clasificación de necesidades de Maslow, o la necesidad de logro, descrito por McClelland, depende de la influencia de los valores, o ideologías, en breve de la cultura « *Más un individuo sabe percibir y experimentar la motivación nueva de su contexto está será conceptualizada como una mejora de sus valores, culturales predominantes, más esta motivación es susceptible de influir sus modos de pensar y acciones*» (McClelland, 1965) Esto no quiere decir que esté sea un criterio generalizado en todas las sociedades del mundo, más bien diríamos, que es una característica del mundo occidental.

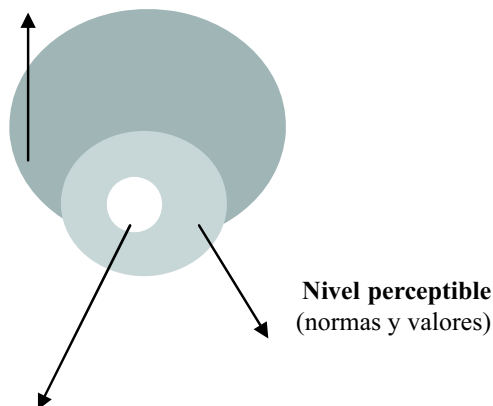
Sin embargo, como señala Fuenzalida, el núcleo de la cultura es idéntico al núcleo religioso que rige a cada cultura en la sociedad (Toynbee y Sombart, 1992) es decir postulados trascendentes de la identidad. De este modo, el núcleo de la cultura está en el sistema religioso, la identidad colectiva nace del consenso sobre los contenidos del núcleo de la cultura. Estos son los principios fundamentales de donde deriva la cultura (sistema religioso). ¿Cuáles son esos núcleos de la cultura, que son reguladores de nuestra noción religiosa? Esto tiene que ser visto y analizado desde tres ejes: El eje filosófico, lo que definimos como real – irreal, posible – imposible. El eje axiológico sobre la base de los pares bueno – malo, peor – mejor. El eje normativo: planificación de objetivos, relación con los pares, correcto – incorrecto, eficaz – ineficaz. Todo esto es aplicable a las organizaciones productivas, dado que éstas se encuentran inmersas en un sistema capitalista universal que procede del núcleo religioso protestante pero, que podrían ser diferentes, para el caso de aquellas organizaciones que se encuentran en sociedades católicas, como es el caso de la América Latina. Esto da como resultado que en la economía del primer mundo anglosajón sea aplicable el modelo con las premisas del mundo protestante, mientras que en el otro caso podría no ser igual, pues se basa en “valor” que definitivamente es un aspecto

subjetivo. Cada núcleo religioso define su sistema de valor de acuerdo a las realidades vividas que a veces, resultan ser muy distintas como venimos de exponer en el caso de la América Latina básicamente católica. Es posible pues que se dé un enfrentamiento antagónico entre las sociedades católicas – protestantes por poseer un esquema de valores fundamentales basado en sistemas distintos de valor y de allí los problemas que se suscitan con el neoliberalismo actual o el modelo universal de administración.

En lo que a nosotros nos concierne, vamos a preconizar la definición de Trompenaars (1994) que aunque no es clásica, nos permite poner en evidencia los diferentes niveles de consideración tanto de la cultura como de la identidad, tal como la hemos planteado. Este autor considera la cultura y la identidad como una entidad única que encierra en su interior tres niveles de consideración utilizado para ello su metáfora de la cebolla, que explicaremos (ver esquema 1) de la siguiente manera:

- Un nivel externo representado por las traducciones o manifestaciones observables de la cultura. Comprende aquello que nos hace distinguir objetivamente dos culturas diferentes, como el lenguaje, la alimentación, las herramientas, las vestimentas, la arquitectura, las obras de arte, Este nivel corresponde aquello que (Wickham et Petterson, 1983) llama a la traducción de los « signos » de la cultura.
- Un nivel intermedio que comprende los valores y las normas que traducen las percepciones, los deberes, las aspiraciones. Este nivel da los puntos de partida de una cultura tradicional. Estos puntos no son directamente observables pero pueden ser puestos en evidencia por las perspectivas antropológicas particulares, el nivel intermedio corresponde aquel que Schein llama los hechos que son desarrollados por un grupo humano para facilitar su integración interna y su adaptación a su medio ambiente.
- El núcleo duro que representa los postulados trascendentes que tocan la existencia colectiva. Este núcleo traduce los valores de base de una cultura acumulada y actualizados por el grupo humano a través del tiempo. Podemos recordar aquello que Schein (1984) llama la esencia cultural.

ESQUEMA No. 1.
La cultura según Trompenaars
(Traducciones y signos)



FUENTE: Adaptado de Trompenaars, en "la empresa multicultural", 1994.

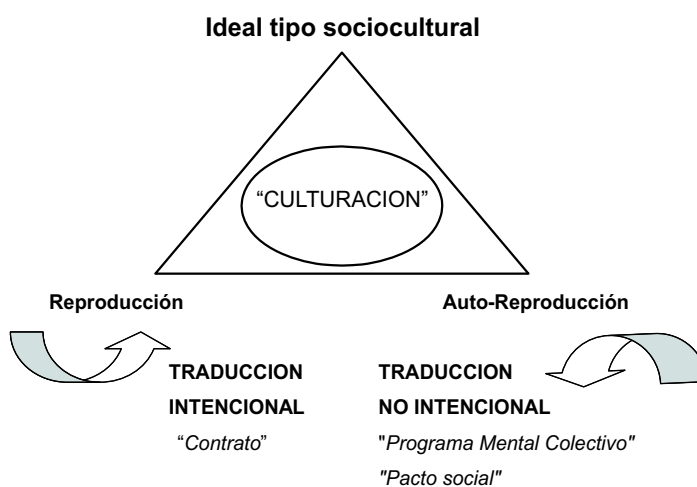
Postulado trascendente (identidad)

Por extensión, podemos decir que debemos considerar las diferencias culturales en el ámbito de símbolos es decir en el nivel observable y el perceptible, más que en el ámbito trascendente de sus postulados trascendentes fundamentales en la configuración de la identidad. Esto nos evita de confundir culturas o de reducirlas a simples expresiones individuales.

De otro lado, y sin entrar en el debate ligado a la tipología (sistema de ideas o sistema sociocultural), pensamos que toda diferenciación cultural debe ser vista en el ámbito de las representaciones y de las interpretaciones. De hecho, existe una dinámica entre el contenido de una cultura y su traducción. El fondo de la cultura da el sentido y sus hechos o signos traducen su existencia o trascendencia. Esta dinámica es regida por una lógica que le permite integrar toda complejidad existente en la realidad. Podemos entonces decir que la cultura permite percibir y reaccionar a la realidad, según un cuadro de representaciones y de interpretación que podemos calificar de ideal sociocultural. La traducción social de este ideal tipo puede ser auto-organizado y consagrado al que Hofstede llamó "*Programa mental colectivo*" o aquel que d'Iribarne considera como un "*Pacto social*". Como ella puede ser formalizada y organizada de manera intencionada por contrato social (*Estado*) o colectivo (*Empresa*), por las reglas y las leyes o por los modos de práctica y de expresión. Cuando nos interesamos en los signos exteriores como la lengua, las conductas, el comportamiento, no hacemos más que aprender la traducción intencionada de la cultura. Podemos esquematizar ese proceso de la siguiente manera: (ver el esquema 2)

ESQUEMA No. 2.
Proceso de traducción de la cultura

Marco de Representación y de Interpretación



FUENTE: Elaboración propia, 1998

3.2. LA CULTURA Y LA PERCEPCIÓN DEL TIEMPO

Más allá del concepto, notamos con la cultura la aparición de la dimensión tiempo cuya concepción parece ser el criterio de diferenciación cultural por excelencia. En efecto eso que una cultura traduce como interpretación del tiempo y la manera en la cual ella lo maneja traduce su visión ontológica de la vida y de la relación hombre-naturaleza. Desde el origen de su historia el hombre ha sido dependiente de las condiciones naturales y biológicas. Hoy el manipular el tiempo e intentar definir sus propios ritmos ignorando si esto es para su bien o en su detrimento. Mas allá de aquello, Giddens (1994) señala como característica principal de la modernidad radical, la noción de la acción a distancia que traduce lo que llama la deslocalización del tiempo afecta a casi todas las sociedades del mundo moderno y en especial a través de las organizaciones empresariales. Según Hall, E.T, y Hall, M.R, (1990), el tiempo es un sistema esencial a la vez de organización y de comunicación del hombre. Así la manera como es tratado el tiempo es reveladora de la importancia acordada por las personas y sus tareas. Según la concepción que hemos adoptado de la cultura, podemos examinar tres niveles de representación y de interpretación del tiempo (ver esquema n°3):

ESQUEMA N°3.

Representación del tiempo con relación a los niveles de concepción de la cultura



FUENTE: Elaboración propia, 1998

- El tiempo en tanto que sistema de comunicación, constituye las dimensiones observables y conscientes del tiempo (base en el ámbito externo) Este puede ser natural o manipulado y construido por el hombre. También puede ser representado por un «*lenguaje temporal*»³ y de medidas del ritmo, los plazos, las competencias en un contexto.
- El tiempo como sistema de organización que corresponde a la representación inconsciente del tiempo y por consecuencia menos sujeto a manipulación (*base a nivel intermedio*) Ciertos autores distinguen la representación lineal de la circular y secuencial, o la sincrónica de la diacrónica. Otros como Lévi-Strauss y Kluckhohn & Strodtbeck, (Trompenaars, 1994) distinguen las culturas en función de su consideración conjunta o separada del presente, pasado o futuro. Hall, E.T, y Hall, M.R, (1990), considera las actitudes frente al tiempo como una fuente de diversidad cultural. Del mismo modo, pone en evidencia el tiempo sobre el número de acciones movilizadas en paralelo, la monocromática de la policromática.
- El tiempo en tanto que concepto trascendente en el cual la significación está en relación con las dimensiones ontológicas del hombre «*Relaciones del 'hombre con sí mismo, los otros, la naturaleza y de manera trascendente con Dios*» (Gosdorf, 1990)

3.3. LOS NIVELES DE CONSIDERACIÓN CULTURAL

Nuestro segundo criterio de diferenciación cultural está en relación con el nivel de consideración de la cultura. El interés de este criterio reside en el hecho que permite matizar los diferentes niveles de concepción de la cultura y de articular el conjunto de las cuestiones ligadas a las relaciones entre sus diferentes niveles de representación social. Así, podemos decir que el nivel individual es un nivel de traducción cultural mientras que el nivel social es un nivel de conservación cultural.. (Ver esquema N°4).

³ Concept utilisé par Hall dans la référence sus-mentionnée

ESQUEMA No.4.*Niveles de consideración de la cultura en las instituciones sociales*

SOCIEDAD Integración / complejidad Conservación / reproducción		NIVEL DE REPRESENTACIÓN / INTERPRETACIÓN	
Nación Pueblo	COLECTIVIDAD AUTO-ORGANIZACIÓN Integración / diferenciación Participación Comunidad		NIVEL DE REGULACIÓN
	Familia Grupos sociales	COLECTIVIDAD ORGANIZADA Integración / diferenciación Participación	NIVEL DE REGULACIÓN
		Escuelas Empresas Profesión	INDIVIDUO Interiorización Traducción NIVEL DE TRADUCCIÓN

FUENTE: Elaboración propia, 1997

En relación ha este esquema, es que nosotros acabamos de señalar algunas consideraciones acerca del análisis cultural y sus diferentes niveles de apreciación de la cultura, estos no deben ser examinado separadamente (representaciones, regulación y traducción) o las estructuras que los representan (sociedad, comunidad, instituciones e individuos) sino estaremos haciendo, un ejercicio mas de simplificación de la verdadera concepción integral de la cultura en su nivel de representación e interpretación. Sainsaulieu (1987) señala que el análisis cultural del conjunto organizado, no puede evitar estudiar las articulaciones entre las diversas regulaciones del grupo de comunidades y de instituciones Ya sea que se trate de las colectividades auto-organizadas o aquellas llamadas colectividades organizadas.

3.3.1. La ambigüedad socio - cultural

Sea en la historia o en su concepción, la cultura esta muy ligada a la sociedad al punto de crear la ambigüedad. Pero la sociedad esta compuesta de individuos, en cuanto que en la cultura se traducen las actitudes y las representaciones de estos individuos. Según Herskovits (1952), «*una cultura es el modo de vida de un pueblo dado, en cuanto que la sociedad representa el conjunto organizado de individuos que siguen ese modo de vida*» Entonces, bien que estas dos nociones están ligadas ellas no tienen el mismo significado. Leach (1972) considera que la cultura da a la situación social su forma y el medio donde los seres humanos habitan. Pensamos que es en el nivel del proceso de socialización o las interacciones que se den en donde las dos nociones se cruzan, interactúan y se confunden

generando lógicas de pensamiento particulares a cada cultura y en la sociedad en donde está se encuentre. Podemos así mismo decir, que en la socialización el ser humano interioriza y actualiza su cultura, así de la misma forma que interioriza su cultura, él se socializa.

3.3.2 La cultura entre la representación y la regulación

Aunque sabemos que es distinto, el término de cultura es en principio reservado a las sociedades en tanto son grupos humanos complejos es decir, según Parsons, disponen de un alto nivel de autosuficiencia y organización, con relación a su medio ambiente. Pero este término puede ser utilizado para otras colectividades humanas como la comunidad, la empresa, la profesión o la familia. En ese caso ciertos autores prefieren hablar de «*subcultura*» (C., Geertz) o «*sud-cultura*» (R., Sainsaulieu; J., Martin & C., Sehl).

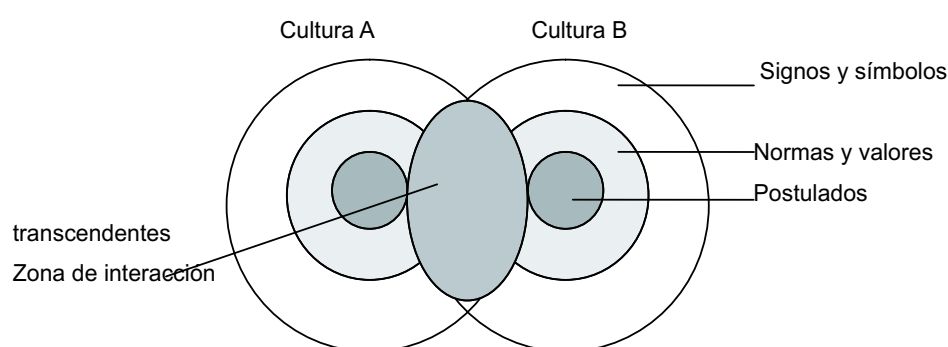
Podemos entonces hablar de culturas a diferentes niveles de integración social, pero haciéndolo, perdemos en significación. La cultura no se reduce a sus dimensiones o a sus niveles de representación (Ver esquema nº4) En este sentido, pensamos que cuando representamos una cultura únicamente por sus signos o sus símbolos (*caso de la cultura de la empresa*), o aun más por sus valores y sus normas (*caso de la programación mental colectiva organizacional*), estamos haciendo prueba de un reduccionismo que nos priva de una visión global y constructiva de la complejidad cultural. La categorización de la cultura entre la nación y lo local o individual y lo colectivo es pues tambien una manera de expresar este reduccionismo.

En materia de las organizaciones interculturales, tenemos que tener en cuenta los límites conceptuales como metodológicos a los cuales nos vamos a enfrentar cuando buscamos hacer desaparecer las diferencias. Con relación a la metáfora de la cebolla de Trompenaars (1994) que tratamos anteriormente, podemos considerar el acercamiento de dos culturas como una interacción entre los dos primeros niveles de consideración cultural, el externo donde se dan

los signos y símbolos y el segundo donde se encuentran las normas y valores. El esquema n°5 ilustra ese acercamiento mostrándonos que es imposible de confrontar los núcleos básicos de postulados trascendentes de las culturas justamente por que ellos corresponden a las adquisiciones fundamentales que solo la historia y las dinámicas sociales podrían alterar, dándose por ello el origen, a este nivel de las bases de la identidad.

ESQUEMA No. 5.

Acercamiento de los niveles de consideración de las culturas.



FUENTE: Adaptado de Trompenaars, en "la empresa multicultural", 1994

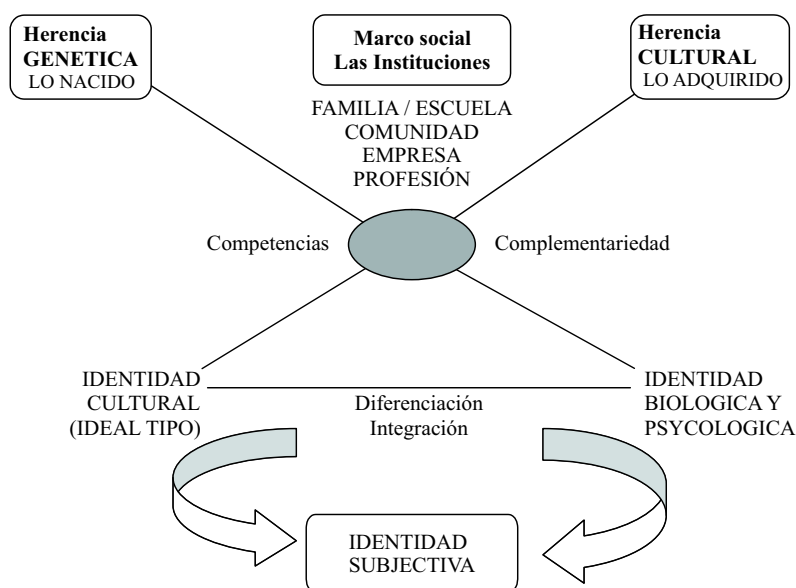
3.3.3. El eco - sistema: el individuo y la sociedad

La diversidad de los individuos no se dispersa por azar. Ella integra más de los roles y los estatus que alimentan la organización de la sociedad y por lo tanto la cultura. Es por ello que nosotros recurrimos a la antropología psico-sociológica. Según E. Morin «*sociedad e individuo no son dos realidades separadas se ajustan una a la otra en cuanto se parecen uno al otro*» (Morin, 1973). Este doble aspecto de la cultura – individuo y sociedad – hacen que las normas, los valores de comportamiento y de creación que la caracteriza, no tengan verdaderamente sentido si no es en la sociedad considerada, y ellas no toman ese sentido sino a través del tejido complejo de las interacciones que se establecen en las relaciones sociales y las lógicas de pensamiento expresadas.

Es cierto que la organización empresarial es una institución de integración y de diferenciación sociocultural. Pero ello no quiere decir que ella tiene una cultura propia. En efecto una cultura no puede ser vista fuera de una representación e interpretación común de la realidad de la

sociedad donde se encuentre. Para tener o ser una cultura, una empresa debe permitir a sus miembros una visión común. Esto significa tener la misma referencial cultural. Una referencial elegida, interiorizada y reproducida y no impuesta por la autoridad y la manipulación. Así podemos decir que una cultura de empresa no puede ser vista si no es en el marco de un sistema social global para lo cual ella representa una de las instituciones sociales representativas. Sainsaulieu (1996) considera el proceso de integración de los individuos en las organizaciones como un mecanismo de socialización y de aprendizaje colectivo. En la cual, distingue cuatro tipos de conductas: la fusión, la negociación, las afinidades y el retiro. Entonces sabemos que una sola institución no puede asegurar la socialización, podemos decir que cuando el individuo tiene un origen culturalmente diferente, el proceso de socialización no puede ser exitoso, sino cuando esté esta inscrito también en las realidades institucionales diferentes a la de la organización empresarial, como la comunidad, la iglesia, la familia, la profesión entre otras (Ver esquema n° 6).

ESQUEMA No. 6.
Proceso de socialización y formación de la identidad cultural



FUENTE: Elaboración propia

3.4. LA CULTURA ENTRE SER, TENER Y LA ACCIÓN

En la mayoría de las obras sobre cultura organizacional, también en los estudios hechos en América latina, hemos encontrado la constante búsqueda por parte de los investigadores, por saber si la empresa «tiene» o «es» una cultura, situándose estos en una de las dos corrientes. Esta dicotomía opone, dos concepciones de la cultura. La cultura como variable o producto de una organización que responde en hecho a una lógica económica. Y la cultura como metáfora según la cual la empresa representa una red de significación y dentro de un marco del sistema de producción, (Thevenet, 1984). Esta segunda concepción nos pone delante de una contradicción simbólica con relación a la asociación de la cultura con la búsqueda de utilidades económicas que discutiremos mas adelante. En todo caso esta dicotomía fuerza al reduccionismo y falta de respeto, llevándolos hacia la perspectiva de tierra excluida. De hecho toda definición de la cultura es en si un producto cultural, porque es una comunidad quien la da, sea está literaria, científica, u otra perspectiva disciplinaria, quien la defina, esto no puede hacerse sino a través de las propias representaciones trascendentes de las

sociedades, origen del autor quien a su manera tratará de sobre pasar los limites de su contacto. Schein (1985) ve a la cultura considerando, a está como la manera de la cual, una colectividad resuelve sus problemas. La cultura es pues, «*el contexto en el cual las cosas pasan y el numero de significaciones que los miembros del grupo tienen en común*» (Trompenaars, 1994)

Así, en materia de su estudio, la cultura no puede representar ni la estrategia ni un subsistema de producción de normas y de valores comunes, sino más bien la manera en el cual una colectividad se ha organizado y se organiza (y *no es organizada*) en el transcurso de los años para resolver problemas ligados a su supervivencia y al cumplimiento en una interacción colectiva donde se encuentra compartidas, en un tiempo, un contexto y una organización, las actividades, las motivaciones y las aspiraciones humanas. La cultura no puede entonces ser tomada en consideración sino con relación a la acción y es a través de la acción que ella da a los individuos un marco que da sentido a su realidad. Como dice Geertz, «*la cultura es el medio de comunicar, perpetuar y desarrollar eso que uno sabe sobre la actitud frente a la vida. La cultura fabrica las definiciones gracias a las cuales los hombres*

interpretan su experiencia y guían su acción» (Geertz, 1994). Dado que la cultura guía y es guiada por la acción, las diferencias culturales deben ser analizadas, no únicamente con relación a las dimensiones simbólicas sino también con relación a los problemas vividos. Esto hace que no podamos tomar para estudiar lo intercultural las traducciones externas sin el riesgo de encontrarnos en una contradicción en el ámbito de la concepción misma de la cultura.

4. LAS DIVERSIDADES CULTURALES E IDENTIDADES EN LA ORGANIZACIÓN

Teniendo en cuenta pues, la problemática de la construcción cultural e identitaria en las sociedades de la América Latina, ingresamos al umbral de las organizaciones, instituciones inmersas en una realidad social y cultural concreta tal como la acabamos de describir. Sin embargo, ellas son en la práctica aun muy poco estudiadas y entendidas. En especial como veremos más adelante, en los estudios realizados sobre cultura e identidad en las organizaciones de América Latina.

Es importante tener en cuenta y comprender que durante el siglo XX, la organización en el mundo occidental ha sido profundamente marcada por la perspectiva universalista y totalitaria de la modernidad. Con la complicidad del avance de la racionalidad expresada por las ciencias y las técnicas, ella a podido arrancar a los hombres y mujeres de sus medios culturales e identidades para hacer aumentar las diversas formas de alienación en relación con la valorización del imperativo de producción económica, creando culturas e identidades artificiales, en detrimento de los imperativos humanos basados en la historia y sus contextos vivenciales, esto es algo que también se aprecia en América Latina de modo constante.

4.1. CULTURA EN LA ORGANIZACIÓN

La cultura objeto de estudio de la antropología desde antes del siglo XIX, después de los años 80 en las organizaciones se ha convertido en una moda de gestión. Algunos como Peters y Waterman han hecho de ella un atributo fundamental de la excelencia, mientras que otros veían las bases de un nuevo paradigma de gestión como es el caso de Morgan, o la de principios mayores para pensar y organizar la complejidad

como en el caso de Crozier. «*En algunos años la cultura apareció en todos los modelos de análisis estratégico*» (Delavallée, 1996). La historia y evolución de la antropología muestra la dificultad que ella tuvo y tiene para pensar la relación entre universalidad del ser humano y la diversidad de las culturas. La organización vive actualmente la misma dificultad, pero en su caso la diversidad cultural es confrontada por la dominación del modelo angloamericano de gestión. Con relación a esta dificultad cuatro actitudes han sido globalmente desarrolladas en los estudios sobre cultura en las organizaciones:

- El desafío de las diferencias;
- La búsqueda de la integración;
- El culturalismo;
- La cultura corporativa.

4.1.1. El Desafío de la Diversidad en la Empresa

La historia de las organizaciones esta marcada por un largo desafío de la diferencia cultural. En efecto, como lo mencionamos antes, la llegada de la modernidad sostenida por la importancia de la racionalidad y del desarrollo de las ciencias y de las técnicas, no pudieron sino favorecer la reivindicación del universalismo de las teorías de la organización. Sobre el plan económico, las teorías se desarrollaron en el marco del intercambio internacional sin tener en cuenta las diferencias culturales como realidad. En efecto en su concepción de comercio exterior, quienes se han permitido el anuncio del principio de especialización internacional y de la teoría del intercambio desigual, Ricardo y Emmanuel, (Amin, 1973) se han limitado a la comparación de las productividades reales en términos de valor de intercambio y de utilidad sin ninguna alusión a las limitaciones de naturaleza cultural. Según Wallerstein (1996), así como para los investigadores comparatistas como Weber, Toynbee y Marx (de manera menos sistemática), quienes se interesaron en la comparación de las civilizaciones orientales con las civilizaciones occidentales, la preocupación intelectual no concierne a la diferenciación cultural sino la búsqueda de una explicación a la emergencia del capitalismo en occidente más que ningún otro lugar. Así, y en ese contexto se dio nacimiento en las organizaciones, el universalismo de las formas nuevas de gestión. En efecto desde Taylor hasta Tom Peters, la hipótesis adoptada no era otra que la de «*one best way*». Un examen sistemático de

24 revistas publicadas entre 1971 y 1980 mostraron que menos del 5% de los artículos en comportamiento organizacional se interesaron en cuestiones interculturales y que menos del 1% de entre ellas estaban consagradas a las interacciones entre empleados de diferentes culturas, (Adler, 1986).

4.1.2. La Integración de las Diversidades en la Empresa

Para mantener su universalismo y tener en cuenta su relatividad cultural, la organización se orientó hacia la idea de la convergencia de diferencias según cual, reconoce las diferencias culturales pero también la posibilidad de cambiarlas. Esto nos recuerda el principio de Taylor quien decía: *«Si el comportamiento puede ser adquirido y se aprende, éste puede también ser modificado»* (Cuche, 1996). Es suficiente pues de limitar la concepción de la cultura a sus símbolos como la lengua, las creencias religiosas, los hábitos, etc. para convertirla en concreta y marginal y permitir así su gestión. Esta actitud muestra que el occidente no está preparado para reconocer la cultura de los otros sino es, en alguna forma de dependencia. Ello tradujo la reducción de la cultura a una variable de la gestión de personal que es posible de manejar a través de las personas capaces por experiencia de ser la interface entre dos culturas o a través de la integración cultural como aquella señalada por Cox (1992).

4.1.3. El enfoque Culturalista en la Empresa

En el contexto de universalismo de la organización angloamericana, el Japón emerge como un poderoso desafío a todos los principios de gestión clásica. El éxito de su modelo fue la puesta en tela de juicio del hasta ahora dominante modelo occidental. Las tradiciones y las dimensiones simbólicas comenzaron a ser vistas con otros ojos. Dos tendencias se desarrollaron entonces:

- Una tendencia que corresponde al enfoque culturalista todavía llamada así, y próxima de los modelos culturales, en el cual es cuestión de adaptación de los procesos y de los modos de funcionamiento a la cultura social (nacional)
- Otra tendencia que procura salvaguardar la imagen de marca del modelo angloamericano creando movimientos que utilizan metáforas culturales como la excelencia, los valores

compartidos, o la identidad cultural en vías de dar una dimensión cultural a la organización. Esta tendencia busca hacer pasar la cultura al interior de la organización para utilizarla como soporte de seguridad. En la expresión misma *«cultura corporativa»* o de *«cultura de empresa»*, encontramos esta tentativa de dar a la organización una identidad exclusiva que no tiene ni historia ni fundamento social, es decir fuera de la sociedad en la cual se desarrolla.

4.1.4. La Cultura Corporativa “o” Cultura de Empresa”

Este movimiento no hace sino que precisarse más y más en las publicaciones norteamericanas. Bosche (1984) remarcaba que es en la actualidad difícil de leer un reportaje sobre una empresa en *«Business week»* o *«Fortune»* sin encontrar, antes de los párrafos de conclusión, al menos unas cuantas líneas sobre la *«cultura corporativa»* de la firma en cuestión. Según Aktouf (1990) esta corriente se refuerza al punto de poder constituir un campo disciplinario a parte entera con sus especialistas, sus escuelas, y sus clásicos sin hablar de sus publicaciones periódicas

Este movimiento reconoce la existencia de diferencias culturales, pero considera que las fuentes de la cultura de la empresa se encuentran en la empresa misma. Estas parten de un postulado de autonomía y sido definida como un *«sistema de valores compartidos y de creencias en interacción con la población de una empresa, sus estructuras organizacionales y sus sistemas de control para producir las normas de comportamiento»* (Bosche, 1984). Así, la empresa parece tener una cultura que no tiene relación ni con la historia de sus actores ni con su realidad. A propósito de este movimiento ciertos trabajos como aquellos de Sainsaulieu & Segrestin o Aktouf y Chrétien (Delvallée, 1996) parten de la hipótesis que si la cultura está necesariamente presente en toda empresa, cada empresa no tiene necesariamente una cultura propia. En efecto ella es atravesada por un conjunto de regulaciones culturales que no llegan forzosamente a fundirse en una cultura específica. De hecho Aktouf (1990) y d'Iribarne (1986) no ven en esta corriente más que una suerte de puerta de escape para el management norteamericano, en fracaso, fascinado e inquieto por el éxito logrados por la gestión japonesa.

4.2. LA IDENTIDAD EN LA ORGANIZACIÓN

La organización es constituida como una forma de grupos secundarios (Lipiansky, 1985) donde las relaciones son en principio, contractuales y fundadas sobre un objetivo determinado. Pero en todo caso, la socialización es el corazón de la dinámica de identidad del grupo, así como también la memoria es otro componente importante de la identidad del grupo en general (Hervieu-Léger, 1998). Las identidades colectivas están en permanente construcción y son influenciadas por los movimientos que atraviesan la sociedad. Así pues, la identidad de un grupo de trabajo es el fruto de los aportes individuales y las relaciones con otros grupos de estrategia de identidad colectiva e individual diferentes (Schwartz, 1988) los estudios realizados en este sentido demuestran que en la organización los trabajadores no suelen formar un grupo homogéneo y cerrado sino que, van a estar en contacto con otros grupos sociales que les impregnan su cultura colectiva.

En principio la identidad no ha sido estudiada como tal en las organizaciones de la América Latina. Este sujeto ha sido más bien, tomado en cuenta, a partir de la cultura de las organizaciones. El concepto de cultura a sido objeto de variable de moda en la gestión durante los últimos veinte años. Algunos como hemos señalado antes, en el plano mundial como Peters y Waterman (1980) han hecho de ella un atributo fundamental de la excelencia, mientras que otros han visto las bases de un nuevo paradigma de gestión como Morgan (1982), también como uno de los principios mayores para pensar y organizar la complejidad como señalaba Crozier en la década de los ochenta, es evidente que en algunos años la cultura aparecerá en todos los modelos de análisis estratégico (Delavalée, 1996). Recién a finales del presente decenio surgen algunos trabajos orientados a plantear la necesidad de considerar la identidad de las organizaciones, tal es el caso de Argentina.

A este nivel de nuestra revisión de la literatura encontramos un esquema explicativo de la identidad en la organización que es presentado por el grupo Strategor de HEC-Paris en la cual, considera la identidad como parte de los otros componentes de la política de la empresa. Sobre ella, plantean un análisis rápido y amplio para hacer creer que es suficiente de llenar cada una

de los aspectos en caso de querer administrar la identidad. Esto es ir un poco rápido pues, justamente se trata de identidad e imaginaria, aspectos difíciles de manipular.

Podemos decir pues, que la identidad en gestión ha sido concebida y definida de la siguiente manera, según el grupo Strategor de HEC-Paris *«identidad es el sistema de características desarrolladas por la empresa que proporciona una representación específica, estable y coherente de la misma. La identidad constituye el significado profundo de la cultura. El núcleo de la identidad esta constituido por las representaciones conscientes e inconscientes que el personal se forma de su empresa y de la vida organizacional. La noción de identidad proporciona, pues, un sustrato a los fenómenos culturales y tiene en cuenta las dimensiones ideológicas y psíquicas que se dan en el seno de la empresa»*. No es un azar si numerosas empresas decidieron desde hace poco escribir su historia. La organización fue muy a menudo una organización amnésica manejando lo cotidiano y dejando la historia en los archivos, si existían. Era raro, hace algunos años todavía, encargarle a alguien de ver y presentar el proceso de constitución de la organización. De otro lado, la identidad de una empresa es el producto de su historia, de los grandes actos fundadores que han entrañado su creación y son desarrollados, por los hombres que se han encargado de la conducción, sus héroes, los grandes momentos que han moldeado los estilos de vida, sus costumbres, sus mitos, sus ritos y sus tabúes. La historia refuerza el sentimiento de pertenencia a la organización.

Hoy, dominar el paradigma de la identidad parece esencial, si pretendemos internarnos en la política de la empresa. La nueva situación económica hace que hoy se oculte esta dimensión y esto sea la que asombre más al observador. La crisis significaría que ya no tenemos tiempo para ocuparnos de la identidad. Si hace algunos años hubiéramos podido tener un efecto de moda en cuanto a la cultura empresarial y a la identidad, hoy nos arriesgamos a observar desaparecer este concepto del discurso del directivo porque en el fondo se refiere a lo más profundo de las organizaciones. Este enfoque solo pretende *«hacer desaparecer conflictos del escenario de la historia..., para dejar fuera de la discusión las situaciones fundamentales de la existencia*

humana: la muerte, el trabajo, la dominación, porqué existen las organizaciones, en que somos sujetos de la historia u objetos de manipulación » (Enríquez, 1973).

Así, el término mas corriente, y el objeto más estudiado, hoy en día es aquel de cultura de la empresa. Nosotros preferimos ir más sobre el término identidad. No es por azar que la noción de cultura tiende a seducir más fácilmente a los miembros como a los estudiosos de la organización. Se atribuye a los años 80 el origen de la noción de cultura en la empresa entre los autores anglosajones (Kennedy, 1982). Sin embargo ya en el año 79 se hablaba de identidad de la empresa (Larçon, 1979). Más profundamente, la noción de identidad en las organizaciones nos remite a tabúes, tales como poder e imaginaria que hoy todavía no sabríamos aceptar. Si todo el mundo esta de acuerdo en decir de diferentes maneras que la cultura de la empresa se basa en *«conjunto de postulados sobre la acción colectiva, reconociendo como comunes y expresados por símbolos: mitos, ritos y valores»* (Schein, 1984). Pero es necesario incluir una dimensión: los actores y sus mecanismos psíquicos. ¿Qué pasiones y que imaginaria se ponen en prácticas en la empresa? Así pues, la cultura es sólo un significante de la identidad.

Si la noción de cultura tiene una función integradora que seduce, ella deja suponer que podemos manipularla, y oculta los fenómenos de poder. La identidad, al contrario, evita la simplificación de lo real y remite a problemáticas fundamentales de la empresa: su legitimidad, sus juegos de poder, y su función ideológica. Identidad y legitimidad van de la mano como dice Ramanantsoa (1991). Ser legítimo es ser capaz de responder la pregunta: ¿Quiénes somos? *«Crisis de identidad y crisis de legitimidad no pueden ser disociadas. La legitimidad corresponde a la relación entre la empresa y su entorno: la identidad corresponde a la definición de los límites de la empresa para los que trabajan en ella»* (Laufer & Ramanantsoa, 1982). Toda crisis en las fronteras se acompaña de hecho de una crisis en las relaciones y viceversa. *«Legitimidad significa dominación o poder; y toda aserción contraria no puede ser otra cosa que manipuladora, hechicera o totalitaria»* (Weber, 1971). Como lo demostró Max Weber. Compartir un mismo sistema de valores no es sólo preguntarse quién ha inspirado estos valores, sino

reconocer una forma de legitimidad, es decir, una forma de poder.

Así pues, la identidad, noción compleja engloba los elementos imbricados de la empresa al pretender en adelante ser una superestructura. Son los mitos fundadores, los tabúes desestabilizadores relegados al olvido de la memoria colectiva y lo que no hace tanto tiempo hubiéramos llamado *«ilusiones, que mueven a la acción allí donde la realidad concreta no siempre es capaz de estimular»* (Sainsaulieu, 1984). La identidad irriga el rico tejido social que tiene la empresa mediante un discurso que puede ser santificado como rechazado, pero que siempre es objeto de referencia en la empresa. Este discurso como hemos visto, a veces se erige como *«cultura dominante en la empresa, una cultura dominante cuyos atributos en términos de valor, legitimidad y distinción se analizan desde distintos puntos de vista y especialmente desde la sociología»* (Sainsaulieu, 1977). Este nuevo fenómeno se presenta porque hemos tomado consciencia que la identidad teje en la empresa la relación indispensable entre la política y la técnica. Prestamos a la identidad la capacidad de inventar el vínculo mágico capaz de reunir en una sola lógica estas dos actividades desconocidas. La identidad sería como la hechicera que pone en relación dos cuerpos, a veces hostil, armoniza milagrosamente las disonancias y sintoniza una creencia y una acción. Sobre este sujeto escribe Debray (1981) para explicar la relación causa – efecto, *«los melanesios tienen el maná – guía transmisible eficaz y contagioso, que sólo el hechicero es capaz de manipular. Nuestro maná se llama ideología»* En la empresa, hoy, es por la conciencia de la identidad, como la empresa pasa a ser un actor social, que quiere formar parte de los desafíos de la sociedad. En este sentido Ramanantsoa señala, *«nosotros lo hemos visto porque la empresa se convierte en actor social, y quiere ser parte de los desafíos de su sociedad»* (Ramanantsoa, 1990). Pero este uso práctico de la identidad y este nuevo rol de la empresa no se lleva a cabo de modo deliberado ni impune, del mismo modo que, en una sociedad de clases, la ideología no se produce ni deliberada ni impunemente.

Por otra parte, la identidad concierne a la conciencia de los hombres, conciencia de sus relaciones con la realidad que ella modela en tanto que en ella se inspira, en el movimiento

unificador de un va y viene permanente. La identidad lo mismo que las instancias económicas, estrategias y técnicas, forma parte orgánicamente de la totalidad social de la empresa. Como sistema de representación, la identidad es expresada en las empresas como el elemento y la atmósfera indispensable para su respiración y su vida histórica. Por ello, la negación de la identidad, en tanto que instancia determinante de la realidad social de la empresa, sería también ideología, ya se trate de ideología del todo técnica o del todo económico presente en los discursos y peligrosa a largo plazo. En esta perspectiva la identidad es un concepto clave para la vida de la empresa. Es más, si tenemos en cuenta que la identidad desde el punto de vista antropológico, es un concepto que no puede separarse de la alteralidad como señala J-F Gossiaux (1997) «*La identidad como relación y no una calificación individual como lo entiende el lenguaje común. Así, la cuestión de la identidad es no "¿quién soy yo?", Si no "¿quién soy yo con relación a los otros, que son los otros en relación en mí?" El concepto de identidad no puede separarse del concepto de alternancia*». Es en este sentido que debemos concebir la identidad en las organizaciones.

Desde fines de los años 70, los procesos de construcción de identidades profesionales en la empresa han sido profundamente transformados. El fin del crecimiento económico así como la evolución tecnológica y social han engendrado, al mismo tiempo que los fenómenos masivos de desempleo y de exclusión, para muchos profesionales encontramos cambios en los modos de organización del trabajo y en la gestión. En 1977, el sociólogo Renaud Sainsaulieu propuso cuatro modelos de relación al trabajo, presentes al interior de los diversos grupos socioprofesionales, los modelos son: «*Retirado, fusional, negociador y promocional*». Estas definiciones de identidad, elaboradas durante el proceso de crecimiento, se aplican a las empresas funcionando en el modelo de fondo fordista. Veinte años más tarde sin embargo, esta tipología es insuficiente para aclarar la variedad de situaciones en el trabajo. La nueva lógica de la movilidad y la aparición de los modelos profesionales de servicio público y emprendedor ponen en evidencia nuevos comportamientos. Ellos muestran como señala Fournier, que el trabajo, que valoriza las posibilidades personales de los individuos, toma un importante crecimiento en la construcción de las identidades contemporáneas

Hoy en el mundo, estamos en sociedades socioprofesionales donde las categorías atraviesan por cambios de profesión y de grados de jerarquía constituyen principios de reconocimiento, de pertenencia o de oposición válido para la vida civil y laboral. La permanencia de las categorías socioprofesionales y su gran utilización para encontrar sentido a los comportamientos en el trabajo, consumo, votos o estilos de vida tendrán que probar que las estructuras sociales actuales son todavía ampliamente determinadas por el trabajo y una de sus consecuencias: Las filiales de promoción socioprofesionales. Al respecto, nos señala Sainsaulieu, hoy en día, ni la familia, ni el tiempo libre o actividades de diversión, ni el sexo, ni la edad, ni la región, ni la fortuna tiene el peso de definición social tan considerable como el que tiene, el lugar en el grande o pequeño conjunto del trabajo organizado. Y por tanto la cuestión de la identidad se posa en nuestros días de manera insistente, como si los marcos de referencia de la vida social por el trabajo no tuvieran más el mismo grado de fiabilidad y de valor predictivo sobre las conductas y representaciones colectivas.

El concepto de identidad relativamente extranjera al vocablo de los sociólogos, entra en el debate teórico como el análisis de las prácticas, del sistema, de las estructuras, de las ideologías y de los conflictos no son más suficientes para diseñar, en la realidad socio-política en movimiento, el mapa perceptual de los grupos y modos de vida en sociedad. Es de otra parte, sorprendente que esta preocupación sobre la identidad, haya sido muy cercana Touraine (1965) para quien el objeto de estudio haya sido precisamente la acción militar pues el movimiento social en el corazón de la acción histórica, es decir una realidad definida antes que nada por una tensión hacia un más allá de los modelos recibidos de la cultura y de los sistemas establecidos.

La posibilidad de definirse en las relaciones de trabajo por referencia a un estatus anteriormente adquirido por el efecto acumulado de la educación, el aprendizaje, la función ocupada en la organización, y las etapas de promoción tomada en cuenta, sobre la cual Sainsaulieu (1986) se pregunta: ¿es esto al parece una consecuencia de una serie de cambios recientes? Su respuesta es, «*las rupturas considerables perturban el estatus adquirido, los roles juegan después de largo tiempo los modelos de comportamiento y de*

valores progresivos pasando por las costumbres y las patologías colectivas de agentes de manejo, de ejecutivos más o menos retirados, de jóvenes sin porvenir profesional y técnicos descalificados o de empleados robotizados traducen la importancia de estas rupturas; entonces la menor importancia no es ciertamente la amenaza del desempleo que viene a "recompensar" los años de buenos y leales» (Sainsaulieu, 1986) En este sentido, podemos decir que el valor del trabajo no es abandonado, es sólo que él no encuentra simplemente el terreno profesional confortable para germinar.

De otra parte, el trabajo se expresa en el dominio de las profesiones y de las funciones. Frente al mejoramiento de las condiciones de trabajo y las formas de organización más participativas, son las funciones de los agentes de mando medios o cuadros subalternos los que deberían cambiar de roles y de practicas autoritarias. Los discursos sobre la practica individualista y personalista utilizadas anteriores, no coinciden más con la importancia nueva de estas posiciones al contacto con la cantidad creciente de gente profundamente puesta en dificultad por las condiciones actuales de vida en el trabajo. *«Anteriormente situadas al margen del sistema para ocuparse de pequeños números, estas profesiones se encuentran casi como voceros de las categorías crecientes de excluidos. Las antiguas identidades profesionales desean también rallar sobre realidades sistemáticas nuevas»* (Chevreuse, 1979).

Si hay una cuestión de identidad en alguna parte del trabajo ella parece también siempre ligada a una experiencia difícil, decepcionante o disonante entre las circunstancias de la acción y la representación social de las relaciones en la organización es importante. Los signos exteriores de reconocimiento, grado, función, ocupación, profesión, diploma, carrera no parecen más aclarar la acción, no sabes más nombrar a la gente y a las cosas. La identidad aparece así en principio como la ruptura en la capacidad de mantener una permanencia, a concebir eso que es lo mismo en el tiempo, a jugar los cultos a reconocer la identidad sobre la base puramente cognitiva de códigos, saber y normas podrían antes tener un efecto motor de aprendizaje. Porque la cuestión de la identidad como lo señala Maucorps (1965) Erickson (1970) Bettelheim (1972), ella puede tambien traducirse por un sentimiento de malestar profundo, cuyo síntoma patológico puede ir hasta

la confusión mental y la crisis psicológica profunda. Parece que debemos interrogarnos acerca de las condiciones sociales y la experiencia de la diferencia, segunda perspectiva indispensable de la identidad. El malestar profundo parece estar ligado a la diferencia. Hay como un cortocircuito en el proceso de referencias, de arreglo y de reconocimiento del otro.

Más que una permanencia, es una estructura cultural que parece estrecha. Los mensajes que venimos de mencionar con forma de modelos culturales transmitidos para diseñar y dar significado al contenido de las relaciones sociales del momento, no llenan más su función de transmitir sentido, sino que es necesario ver en el malestar una perspectiva de dificultad pura para distinguir entre el agente de dominio y los ejecutantes, entre el experto y los operativos de lo cotidiano, entre el antiguo y el nuevo, (Sainsaulieu, 1986). Para comprender el malestar o patología en el trabajo, es necesario apoyarse sobre otra concepción más operacional de la identidad como el esquema que propone Touraine, la construcción del actor según los tres principios: identidad, oposición y totalidad para analizar el sistema de la acción histórica tomando mejor en cuenta las fuentes del malestar (Touraine, 1973). Esto porque el conflicto o la dominación no están más en juego como antes de instalarse el malestar. El campo social del trabajo pierde su capacidad de aclarar el juego del otro, les impedimentos de territorio y de poder.

Es la identidad del actor social la que está en evidencia por razones de desequilibrio sistémico. La autoridad causa problema a los superiores como a los subordinados, pues las condiciones actuales de acceso al saber, los bienes de consumo, al tiempo de descanso, las protecciones diversas, no coinciden más con la definición de una autoridad jerárquica fundada sobre fuerte desigualdades sociales, culturales y económicas. Es la relación entre aptitud y puesto la que ha evolucionado considerablemente al punto de poner en juego el poder y las resistencias anteriormente instituidas. Estas crisis de identidad social ligada al contenido de las relaciones de trabajo, no son por otro lado nuevas, es suficiente recordar todos los estudios sobre las consecuencias técnicas, reconversión, fusión, crecimiento económico, para poner en evidencia estos malestares y sentimientos de culpabilidad, cuya raíz parece ser organizacional.

Pero en el presente las crisis de identidad no parecen más ligadas a los cambios particulares de estructura interna de las empresas, que tiene una suerte de separación entre los hombres del trabajo y aquellas de la sociedad del entorno. Para algunos individuos una coherencia parece realizarse, para la mayoría hay una desilusión, ruptura y distancia entre las promesas de la escuela, de la familia, de los jefes de instituciones que enuncian el valor de futuro y la realidad de las iniciativas, implicación y perspectivas de trabajo, (Betthlheim, 1972). La crisis de identidad, según Crozier (1977), traduce también más que una vaguedad el punto de partida de la acción social, ella señala una nueva forma de dependencia insinuada e invisible que mina las capacidades de acción y de libertad aparentemente confirmadas y que tocan la comprensión del juego de las relaciones entre los actores. Así, Crozier quien también señala, que las relaciones obligadas de trabajo conducen a verdaderos sistemas sociales de interacción estratégica en consecuencia del estado de datos materiales del trabajo, de la distribución formal e informal del poder, y de la tensión constante hacia una racionalidad de las formas de organización.

Las reflexiones precedentes muestran que la identidad toca a la vez a los sistemas de representación y a las condiciones concretas de relación de trabajo propia a la realidad concreta en que se vive. La identidad nos remite así a una suerte de secuencia cultural de la acción, a toda una interiorización de la experiencia social en forma de modelos convertidos en inconscientes y que gobiernan las conductas y los juegos relacionales por el sesgo de las representaciones que ellas inducen. Los trabajos que han sido realizados durante los años 60 y 70 han permitido evidenciar cuatro modelos de normas y valores, cuatro culturas diferentes y pertenecen a situaciones netamente distintivas (Sainsaulieu, 1977). Parece también que se puede sostener la idea que la identidad en el trabajo sea el resultado de un proceso de aprendizaje cultural en relación interna con las prácticas del poder en el ejercicio cotidiano del trabajo en la organización. Una identidad por la masa y la indiferenciación fusional proviene de la vulnerabilidad individual en el sistema social. Menos se puede jugar individualmente mas se existe por un proceso de identificación a los pares y de los líderes. Una identidad que soporta el choc de las diferencias,

y puede pasar por la identificación con las superiores o a la masa de los pares, parece encontrar el terreno de aparición en la situación de trabajo donde el ejercicio del poder es frecuente pero reciproco o tornado según las exigencias de las funciones y a veces también de los reglamentos cooperativos. En los periodos de movilización profesional acelerado, la identidad social es profundamente perturbada, el acceso al poder suele ser efímero mientras las relaciones del sistema se transformen; y la integración a los medios de colegas es frecuentemente puesta a prueba por la movilización o la promoción. Más que la identidad, Sainsaulieu (1977), señala que en la dinámica organizacional vemos que *“es aquí la búsqueda de identidad que define el proceso socio-psicológico. Cuando al fin la escena del poder es completamente localizada fuera del trabajo en la familia, la ciudad, el barrio y los pasatiempos, estos son los que acaparan las energías y las ocasiones de conflicto, entonces, no hay que hablar mas de identidad en el trabajo; el individuo no es actor, estando fuera de la ocasión de oposición, él esta fuera del juego al punto de no ser mas parte del decorado”*.

5. LOS ESTUDIOS SOBRE LA IDENTIDAD Y LA CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES EN AMÉRICA LATINA.

En América latina se conoce poco acerca de las identidades en la organización, los trabajos teóricos sobre el tema son escasos, por no decir que no existen, tal como se encuentra en la literatura internacional, especialmente europea. Es decir aquella que se refiere a la respuesta a: *¿Quién soy yo respecto a los demás?* De allí los estudios sobre identidades según el rol que tengo en la organización. En cambio, la cultura de la organización si ha sido estudiada y tratada de diversas formas. Sin embargo en la mayor parte de los casos está es considerada como el conjunto de rasgos que caracterizan la organización y que le permiten distinguirse de las otras organizaciones. Para presentarles los estudios realizados en América Latina sobre la cultura e identidad en las organizaciones de la región, hemos realizado una búsqueda bibliográfica extensa aunque no exhaustiva de los libros, artículos revistas y trabajos de tesis que se han publicado sobre estos dos temas. Es importante precisar algunos aspectos que tuvimos en cuenta de la selección y análisis de la misma, esto para

una mejor comprensión de nuestro propio enfoque.

Nosotros definimos América Latina para fines del presente trabajo como la región donde se encuentran agrupados los 18 países situados en el caribe, norte, centro y sur de la América. Es preciso señalar que esta América Latina desde una perspectiva antropológica y sociológica tiene lazos profundos que hemos presentado ampliamente en la primera parte del presente trabajo. Todos ellos la unen y son comúnmente utilizados como criterios de homogeneización. Sin embargo, encontramos más bien que existe una gran diversidad entre las culturas desarrollada en cada una de las naciones existentes. Mencionaremos algunas características de base que consideramos significativos e importantes para la construcción de la cultura e identidad particular. América Latina es histórica y socialmente la fusión de condiciones y elementos que nos permiten definir ciertas similitudes históricas: su origen en grandes civilizaciones; conquista fusión y mestizaje desde hace 500 años; desarrollo posterior de la lengua hispana y la fe católica como la religión de la mayoría de los pueblos. América Latina es pues el conjunto países con una identidad inacabada y rica culturalmente por la mezcla continua de costumbres y hábitos entre sí e intraoceánica. Amalgama que apreciamos hasta hoy fusionadas entre lo local y aquellos innumerables procesos aportes del migrante que siempre es bienvenido entre estas tierras ricas en hospitalidad, aún en los albores del siglo XXI, cuando más barreras tienen las personas en su libre circulación por el mundo aquí siempre son bien recibidos.

Así pues, luego de ubicarnos en el contexto de nuestro sujeto de estudio encontramos que los trabajos realizados sobre las identidades y culturas en las organizaciones de América latina no son fructíferos pero sí interesantes y existente. Para su mejor comprensión los trabajos hemos dividido en cuatro Aspectos, que consideramos son significativos. Estas cuatro dimensiones servirán de pauta, tanto en la forma como iremos presentando, como en el análisis que hemos realizado. Los cuatro aspectos tomados en cuenta son:

1. Revisión de la literatura publicada y fuentes bibliográficas de referencia. 2. Perspectivas y enfoques utilizados, 3. Metodología aplicada y

4. Resultados a los que llegaron. A continuación presentaremos pues el análisis de dichas dimensiones:

5.1. REVISIÓN DE LA LITERATURA PUBLICADA

En el plano general de los estudios identitarios y culturales en la organización hemos identificado alrededor de 60 publicaciones entre libros, artículos y tesis. De las cuales la mayor parte esta orientada a los estudios de la cultura organizacional. El tema identidad en las organizaciones ha sido estudiado en el ámbito teórico en Argentina, la investigación empírica es escasa y casi toda orientada hacia la identidad como personalidad institucional y simbología que representa a la empresa. No hemos encontrado trabajos realizados sobre la identidad en la empresa, ni considerando los roles, ni los grupos profesionales, ni empleados u obreros. Constatamos que los estudios acerca de la cultura realizadas por los intelectuales en la región, han adoptado una mayor cantidad de bibliografía europeo en Argentina y Chile y especialmente norteamericana, en Colombia, Perú y Venezuela, notándose en México una bifurcación marcada entre los intelectuales. Respecto a estas dos orientaciones, se pueden observar entre los autores mexicanos, de un lado, a un grupo con clara influencia europea perteneciente esté a los miembros de universidades públicas, y centros de investigación, mientras que en las universidades privadas es netamente influenciada por las perspectivas de la escuela norteamericana y el uso de referencias bibliográficas es casi exclusivamente americano. Por otra parte, entre los autores de las instituciones públicas encontramos, una reflexión teórica de los estudios culturales, en la cual se incorporan los elementos propios de la singularidad local y el contexto como aspectos que deben ser considerados en los estudios que se realicen sobre cultura en las organizaciones. Lamentablemente, sin llegar a la investigación empírica.

a. Trabajos realizados sobre la Identidad

Los trabajos sobre la identidad en la organización que pudimos encontrar, tienen en sus referencias bibliográficas una importante influencia de los autores norteamericanos alcanzando hasta un 70% entre ellos, a excepción del trabajo de Etkin, en Argentina, que tiene una fuerte influencia europea, (ver cuadro 1) el resto de los autores, en menor grado, utilizan referencias de autores

Europeos 10% y en cuanto a los autores referenciados de origen latino alcanzan hasta un 20%. Este predominio de las referencias norteamericanas tiene un fuerte impacto en las tendencias de enfoque de administración científica.

b. Trabajos realizados sobre la Cultura en las organizaciones

En nuestra búsqueda virtual en las diferentes bibliotecas universitarias y centros de investigación de la América Latina, hemos reunidos los siguientes trabajos de autores locales, los cuales han focalizado su interés en el tema en sus propios países. La revisión nos dio como resultado una basta obra acerca de la cultura en la organización. (Ver Cuadro 2). La referencia bibliografía utilizada apreciamos que en primer término con un 60% esta la norteamericana, seguida por la latinoamericana con un 25% y luego encontramos la europea con un 15%. Cabe señalar que es considerando la bibliografía general. Sin embargo, vemos que en países como Argentina, Chile y en menor proporción Perú y Colombia, tiene una cantidad mayor de referencias bibliográficas de autores europeos.

5.2. PERSPECTIVAS O ENFOQUES

En relación con las perspectivas y enfoques adoptados, se nota un predominio en los enfoques cuyos análisis consideran a la organización como creadora de su propia cultura y generadora de identidad propia. Muy pocos son los trabajos encontrados en los que la organización es considerada como un sistema abierto, de interacciones complejas y formando parte de otros sistemas de interacción dinámica como es la sociedad en la que se encuentran las organizaciones estudiadas.

En cuanto a los enfoques adoptados en los estudios, respecto a la identidad podríamos decir que la mayor parte de los autores analizados, la perspectiva evidenciada proviene de una visión estratégica o de considerar la identidad como la personalidad de la organización. El trabajo realizado acerca de la identidad en las organizaciones entre los intelectuales de la América Latina, no es muy fructífero ni amplio (ver cuadro 1). Entre todos ellos destaca el trabajo de los argentinos Etkin y Schvarstein (1992) en su libro "Identidad de las organizaciones: invariancia y cambio", trabajo en el cual, el autor

hacen un esfuerzo por plantear su posición teórica, señalando en su presentación lo siguiente: *"El libro pretende describir las organizaciones en sus aspectos esenciales, en su ser. De allí la elección de nuestro título, de allí la inevitable referencia a la identidad. La palabra identidad es hoy utilizada desde muchos marcos teóricos para caracterizar unos rasgos de nuestras organizaciones sociales, y no siempre de la misma manera ni para aludir a las mismas cosas. Nuestra idea de la invariancia esta más cerca de lo emergente que de lo voluntario. Si bien hemos hecho alusión a la construcción de ciertos rasgos de identidad, decimos que no basta con la sola idea de los propósitos para entender esta construcción, sino que es necesario aludir también a las relaciones entre los miembros de la organización y a las capacidades y recursos existentes. El poder, el usufructo y la confrontación de racionalidades son aspectos de consideración inexcusables, si ha de dar cuenta de la esencia"* Lamentablemente, no presentan una aplicación empírica que nos pueda mostrar bajo este sólido soporte teórico, la identidad en las organizaciones argentinas.

De otro lado, encontramos el trabajo de Bonfil quien nos presenta un interesante análisis del multiculturalismo y etnicidad de los países latinoamericanos desde un punto de vista histórico. Tampoco este autor hace referencia o plantea una aplicación empírica de su propuesta de teórica para el análisis. En el caso de los libros: "Gestión de la imagen corporativa y transmisión de la identidad de la empresa" de Tejada, "La identidad corporativa y estrategia de empresa", de Costa, Así como "Logotipo, papelería de la empresa, identidad corporativa" de Carter, la identidad corporativa es vista como un proceso de adquisición de una personalidad de la empresa. Todos ellos están basados en ideas, normas y valores mediante estudios sincrónicos de la política interna como dinamizador de las ideas de progreso, eficiencia, relaciones motivación y uso del tiempo, y las normas en torno a los comportamientos esperados sean institucionales o personales. La Identidad corporativa es planteada, como vemos, como un instrumento fundamental de la estrategia de empresa, de su competitividad. La elaboración y la gestión de este instrumento operativo no es solamente cuestión de diseño, sino que constituye un ejercicio esencial de multi-pluridisciplinariedad. Así la marca se constituye como núcleo de la

identidad corporativa y sus vectores: el nombre como identidad verbal; el logotipo; simbología gráfica, identidad cromática, identidad cultural, escenarios de la identidad y los indicadores objetivos de esa identidad. En el caso de Perú, los trabajos encontrados se sitúan entre trabajos de orden social como el estudio de género en las microempresas, de otro lado tenemos el trabajo del patrón y el fenómeno de la globalización como un problema para la identidad en las organizaciones. En cuanto a la obra de Castillo “la identidad confundida de los empresarios peruanos” nos muestra el impacto del contexto social y económico entre los miembros de la comunidad empresarial. Es en este sentido en el que la identidad ha sido estudiada en la América latina. Esto significa que con excepción de Etkin de Argentina, la identidad es concebida solamente como un instrumento de proyección de imagen que hace que se diferencie las organizaciones unas de otras.

Respecto a los enfoques en los estudios acerca de la cultura en las organizaciones, encontramos que hay una mayor variedad en los enfoques adoptados. Si los tratáramos de clasificar, podríamos decir, que entre ellos existen, aquellos que ven la cultura como una variable de la empresa y aquellos que piensan que la empresa es una cultura. Encontramos que, un 80% de entre los libros, artículos y tesis revisadas se sitúan en la primera perspectiva. En el caso de quienes ven la empresa como cultura, estos la conciben como objeto de situación que puede ser creada o cambiada por la acción del líder. Así de un análisis más preciso de los autores, encontramos a quienes no tienen en cuenta las diferencias y visualizan la organización como el espacio para aplicar el universalismo de las formas de gestión. Otros reconocen las diferencias pero proponen estrategias para cambiarlas, de forma a través de intervenciones en los símbolos, creencias, hábitos o procesos de acción, y así como variable de gestión, homogeneizar la cultura dentro de las ideologías de moda en la gestión tales como: cultura de la calidad, de la eficiencia, de éxito.

Así pues, encontramos en menor número los autores que plantean conceptualmente la cultura organizacional como la empresa condición misma de la cultura, pero los autores al operacionalizar sus perspectiva plantean que la cultura puede ser creada o cambiada de acuerdo a los intereses o exigencias de la estrategia que

de preferencia, para ello utilizan la adaptación de los procesos y los modos de funcionamiento a la cultura social o nacional, a modo de las transnacionales, entre ellos vemos el uso de metáforas culturales tales como: Calidad total, valores compartidos, organización con identidad exclusiva, sin historia ni fundamento social. Finalmente, encontramos escaso autores que reconocen las diferencias, pero consideran las fuentes de la cultura de la empresa la empresa misma sin nexo alguno con su contexto social y cultural externo. A modo de ejemplo vemos como en Colombia donde el tema ya se ha formalizado con la creación de un centro de investigación y en cuya constitución señala que tiene como misión de la existencia del centro: “*Como una respuesta a la necesidad de apoyar a las organizaciones en la aplicación de enfoques modernos de gestión hacia la calidad, la productividad y la competitividad, en abril de 1991 nace la Corporación Calidad, entidad de carácter mixto que cuenta con el aval del Departamento Nacional de Planeación, Colciencias, el IFI y el Ministerio de Desarrollo Económico, así como el apoyo de importantes compañías del sector empresarial en nuestro país*”. Vemos pues, una vez más, la cultura como simbología ideológica de la calidad, que en ese caso se convierte en un elemento significativo de la competitividad de la organización.

De otra parte, las concepciones respecto a la organización van desde la concepción cerrada dentro de un universo diacrónico que comienza y termina con la organización que es la que predomina hasta aquella planteada por Etkin desde una visión compleja de carácter sistémico. Esto podemos apreciarlo en la publicación reciente de “culturas en organizaciones latinas” que coordinará Anabella Dávila y Nora Martínez, quienes se preguntan: ¿Cómo son las organizaciones en América Latina? Y como describirla a través de su cultura. Dicen ellas, que el tema adquiere fuerza por estar ligado a cambios sociales que han distinguido al mundo moderno así como a las preocupaciones de los administradores por buscar que sus organizaciones se vuelvan más eficientes y efectivas. Agregan: “*el estudio de las organizaciones a través de su cultura nos permite conocer su esencia. Una esencia que está formada por elementos que necesitamos identificar para la vida organizacional en América latina. Creemos enfáticamente que*

América Latina y sus organizaciones, con todo el caudal histórico y cultural que manifiesta, requiere no sólo ser estudiada, sino evidenciada, por nosotros los latinoamericanos". En el libro esta motivación no es evidenciada en los trabajos presentados, como señalan ellas mismas, el 70% de los trabajos presentados no tiene en cuenta el contexto social y cultural en donde se encuentran las organizaciones estudiadas. entre los casos presentados, se ilustran los elementos de la cultura organizacional, descripción de la influencia de la cultura organizacional en los procesos de la empresa y un caso donde se plantea la influencia de la cultura del país en las actividades de la institución.

Hay pues un reconocimiento explícito de algunos de los investigadores de la importancia de estudiar las organizaciones en cuanto a la cultura organizacional se refiere, tomando en cuenta para ello el contexto denominado "América Latina". Sin embargo, esto no se aprecia como punto a considerar en los trabajos empíricos realizados. El paradigma predominante es el norteamericano "la organización tiene una cultura" y podemos estudiarla a través de sus variables de tales como: creencias, valores, normas. De otro lado encontramos estudios hechos como consultorías, que plantean un diagnóstico situacional que contempla los momentos críticos atravesados por la empresa y que dan lugar a tipos diferentes de culturas. En el estudio se incluyen algunas características de la cultura como en el caso de del trabajador chileno que es caracterizado por Rodríguez: paternalismo, respeto, timidez e individualismo, las cuales se enfrentan con las características propias de la cultura de la empresa extranjera, llegando a plantearse alternativas de solución por parte de los autores-consultores que ayuden a la empresa a conseguir llevar a la empresa hacia una cultura de calidad total. Es pues una tendencia en los estudios el ser prescriptivos.

5.3. METODOLOGÍA

De otro lado, en lo que se refiere a la metodología de análisis utilizado. Es importante precisar que definimos como horizonte temporal de los trabajos, aquellos realizados durante los últimos 40 años elemento no casual, dado que obedece en América Latina al inicio de las escuelas de negocios para graduados, también coincidió con este periodo la guerra fría como contexto que

afecto de manera muy directa a la América Latina el plano social y organizacional. Así el telón de fondo de la actividad intelectual va cambiando en cierta medida de acuerdo a los acontecimientos de la historia de cada país y no son ajenos a los efectos dimensiones tales como: la política, la economía y la realidad social y cultural, producto de estos efectos encontramos las corrientes de cambio y estrategias de acción que aquí tuvieron lugar. Consideramos importante este periodo, pues con el inicio de las instituciones educativas de tercer ciclo o postgrado en la especialidad en administración de negocios. De otro lado, llegaron también las fuentes de financiamiento de la investigación por parte de la alianza para el progreso de los EEUU y con ella la orientación americana en las líneas de investigación. Las organizaciones de la América Latina fueron pues marcadas por una gran influencia de las escuelas norteamericanas de enfoque universalista en cuanto a su modelo administrativo, metodología y perspectiva en los estudios sobre la organización que hasta ese momento tenía también una clara influencia del pensamiento europeo.

Predomina el trabajo teórico al empírico, en ellos encontramos propuestas planteando la conceptualización de la cultura y que hacer con ella, a fin de hacerla más eficiente para beneficio de los objetivos organizacionales, especialmente los económicos, de producción o marketing que ayuden a las organizaciones a ser competitivas en este mundo globalizado. En México, sólo encontramos el trabajo de Ibarra, quien con mayor profundidad plantea las implicancias del estudio de las organizaciones en América latina, señalando, por ejemplo: la gran heterogeneidad en las formas de organización, de procesos de trabajo adoptado tanto en la producción como en la gestión. De otro lado señala, la importancia de tener en cuenta, la historia común en la región, así como la diversidad en cuanto a los estados de la evolución industrial, mientras que en algunos países y al interior de estos también, podemos encontrar organizaciones con tecnología ya obsoleta otras en estado preindustrial, hay otras que tienen alta tecnología. De otro lado, el aparato estatal en las organizaciones latinas, caracterizado por ser intervencionista y/o autoritario y ampliamente involucrado en la conducción de la economía en donde se encuentran inmersas las organizaciones del país. No olvida tampoco mencionar la importancia que tienen las empresas familiares entre la configuración empresarial de

América Latina. El caudillismo, caciquismo o el patriarca como modelos de liderazgo característicos de la América latina. Todo esto, por coincidencia, casi no es tomado en cuenta en los trabajos de campo revisados.

En el trabajo empírico la metodología más utilizada es de carácter exploratorio y el método más enunciado el cualitativo. Sin embargo, al tomar cuenta los estudios, estos tienen una combinación de cualitativo y cuantitativo. Predominan los estudios de caso, con instrumentos de análisis que van desde las entrevistas, la observación y uso de información secundaria como documentos propios de la organización, e historia de ella. Encontramos casos en donde se enuncian el uso de métodos bajo una orientación antropológica y estudios etnográficos, sin embargo en la descripción que se hace de ellos, tan solo vemos el análisis de hechos puntuales, entrevistas de opinión y diagnósticos que sirven para evidenciar rasgos característicos de la cultura de la organización estudiada. La investigación primaria se ha realizado mediante el uso de instrumentos tales como la entrevista, el cuestionario y la observación. De otro lado, son pocos los trabajos que utilizan la triangulación de información como herramienta de confiabilidad y validación.

5.4. RESULTADOS MENCIONADOS

Los resultados de los trabajos analizados están orientados según el tipo de enfoque que los autores tienen de la identidad o la cultura en la organización y que ya describimos. Hemos seleccionado algunos de ellos para mostrar a los resultados que llegaron. En este sentido, tenemos que en las conclusiones de algunos de estos trabajos, se señala que: *“el estudio le permitió describir los elementos que permitieron encontrar que la organización desarrolle una cultura vigorosa, con características singulares tales como creencias, valores y normas compartidas por los miembros, expresadas a través de aspectos simbólicos que hacen de ella una organización efectiva”* (Dávila, 2000). Luego indica que: *“Las creencias más fuertes encontradas estaban asociadas a las buenas relaciones entre sus miembros que hacia posible su éxito. Valores como orden, disciplina, trabajo, recato en la vestimenta y espíritu de servicio, los cuales eran reforzados por ciertas conductas, ritos, ceremonias, lenguaje y símbolos”* (Dávila, 2000).

En otra parte, como resultado del estudio los autores chilenos presentan las condiciones necesarias que la organización deberá cambiar para hacerla propicia a la adopción de una cultura de calidad total. Estos cambios deberían ser a través del compromiso de la alta dirección, la capacidad de la gerencia de liderar el cambio, un coordinador del cambio hacia la cultura de calidad total, persona entrenada para el uso de técnicas japonesas, trabajadores con alta motivación para el cambio y credibilidad hacia la empresa. Luego proponen una intervención, para llevar a la empresa hacia la cultura de calidad. Fue pues, los resultados detectados, la base del plan de acción, detectan fortalezas y potencialidades, así como debilidades y obstáculos. Como fortalezas: disposición hacia la cultura de calidad, valoración de la perfección técnica, organización como excelente lugar de trabajo, alto nivel de motivación al logro. Como debilidades: cortoplacismo, falta de confianza, individualismo, competencia interna, escepticismo, percepción de los ejecutivos y discrepancia del grupo gerencial. A partir de allí, se llevo a la organización a una etapa de sensibilidad con talleres de teoría y practica en calidad total. Evolución de la calidad total, principios que guían de la calidad total. Luego se desarrollo un cambio para atacar las debilidades. El temor con mayor estabilidad en el puesto de la gente, disciplina positiva, haciendo pasar al personal por etapas de entrenamiento, al cabo de las cuales si podían ser despedidos si no eran eficientes, así señalan los autores, se elimina la arbitrariedad. En otro de los estudios, realizado en México, se plantea tambien el cambio de los procesos culturales de una empresa específica. En este sentido dice la autora, la dirección y la planeación esta ubicada en al menos tres aspectos: la estructura, las acciones cotidianas y la difusión de planes y estrategias de la empresa. Señala tambien que existen nuevas formas de organizacionales que tienden a separar en dos grupos: los concernientes proyectos de modernización tecnología y calidad del servicio. En otro trabajo, tambien mexicano, encontramos que la autora concluye que las organizaciones son culturas. Luego indica que, los elementos culturales influyen en las decisiones que se toman en la organización. Tambien el contexto institucional afecta la forma de ser y hacer de las organizaciones y por tanto, el proceso de toma de decisiones durante periodos de incertidumbre económica. Señala tambien que el estudio exploró

la pertinencia de esa tesis. Cabe destacar los resultados presentados por los chilenos Rodríguez, Majluf, Abarca y Bassa, quienes concluyen a partir de su estudio de caso “aspectos culturales de la gestión en empresas chilenas” que constataron que la cultura cambia. Que los cambios sociales como políticos y económicos del país ha modificado la forma de entender y relacionarse con las cosas y las personas en Chile. La cultura organizacional chilena parecería estar cambiando, dicen ellos, en el sentido de mayor autonomía, planificación y vínculos. Esto hace que el modelo tradicional caracterizado por el paternalismo, la inseguridad, la improvisación este en proceso de transición y van hacia la mayor autonomía, tecnificación, despersonalización y planificador. De otro lado, basados en el enfoque del sociólogo alemán Luhmann, señalan que las organizaciones, como sistemas acoplados estructuralmente a su entorno, varían en una transformación correspondiente a las alteraciones del entorno sociocultural y económico. Por tanto, el caso estudiado presuponen esta en un nicho dinámico de economía. Concluyen señalando la importancia de verificar como la cultura influye, moldea y valida los comportamientos y valores según la forma particular de entender el mundo y los nuevos tiempos.

6. CONCLUSIONES

Es claro que la necesidad de estudiar las organizaciones en América Latina es significativa y vital. Más aun, tratándose de las nociones de identidad y cultura, tan controvertidas y complejas, pero al mismo tiempo tan ricas en su dimensión sociocultural y organizacional donde poco se ha trabajado. Sin embargo, debemos reconocer que uno de los problemas de los estudios realizados es la ambigüedad conceptual de estas dos nociones, las mismas que trabajadas con superficialidad, lejos de contribuir, distorsionan su concepción e inferencias a las que se llegan por caminos fáciles que tan solo responden a una modo de algo que verdade-

ramente podría contribuir significativamente a la comprensión de las organizaciones en América Latina. Contribución, tanto a las organizaciones locales quienes pueden aprovechar mejor el conocimiento de sus propias lógicas de acción; como a quienes se interesen en ingresar a este medio por la vía de la internacionalización.

Estamos a tiempo, y es necesario, que los investigadores latinos de ambos temas, tomemos conciencia de nuestra propia cultura e identidad, condición importante que nos permitirá llegar a conocer y comprenden que de un lado, los enfoques existentes tienen limitaciones en como abordar los estudios en América Latina, no olvidemos que estos tienen detrás una ideología sobre la cual tendremos que reflexionar, para no ser sino meros repetidores de perspectivas foráneas. Las metodologías necesitan ser adaptadas y adecuadas o por que no, innovadas, para que realmente midan en su aplicación dada las características singulares que emergen en nuestro medio. Los instrumentos que utilizamos, por si solos no garantiza, poder conocer nuestro sujeto de estudio, sino la combinación apropiada de ellos. No olvidemos que somos parte de esta realidad y eso que para algunos puede ser, riesgoso por efectos de la subjetividad, consideramos que por el contrario, esto justamente, nos da cierta ventaja frente al no latino, pues nosotros mismos somos sujetos y objetos de la construcción y deconstrucción de la realidad explorada.

Tenemos pues un reto para el futuro, que comienza hoy. En camino por recorrer en el campo de estudio sobre la identidad y la cultura en las organizaciones en América Latina es amplio y los trabajos realizados, constituyen un gran esfuerzo de los investigadores pioneros, que con muy pocos recursos, y casi en soledad, han podido realizar sus investigaciones, en el mismo. Sin embargo, es insuficiente y nuestro esfuerzo para lograr establecer la institucionalización de campo es tarea de todos nosotros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adler, N. (1986). *«International dimensions of organizational behavior»*. Boston: Kent publishing company.
- Aktouf O. (1990). «Le symbolisme et la culture d'entreprise», des abus conceptuels aux leçons du terrain». En: J.F. Chanlat (Ed.). *Tiré de «L'individu dans l'organisation, les dimensions oubliées», les presses de l'université Laval*. Paris: Ed. ESKA.
- Amin, S. (1973). *dans «Le développement inégal»*. Paris: les ed de minuit
- Ankar, R.R. (1981). *Tawantinsuyu: Cinco siglos de guerra qheswaymara contra España*. México: Nueva Imagen.
- Altuve-Febres Lores, F. (1996). *Los Reinos del Perú — Apuntes sobre la Monarquía Peruana*. Lima: Altuve-Febres & Dupuy SCRL
- Basadre, J. (1980). *La multitud, la ciudad y el campo en la historia del Perú*. Lima: Mosca Azul.
- Baudot, G. (1995). *La vida cotidiana en América española en tiempos de Felipe II siglo XVI*. México: Fondo de cultura económica.
- Belaúnde, V.A. (1987). *Obras Completas*. Lima: CNC.
- Belaúnde, V.A. (1965). *Peruanidad*. En: Jose María, A (Ed.) *El Complejo Cultural del Perú; La sierra en el proceso de la cultura peruana; Las Comunidades de Castilla y del Perú*. Perú.
- Belaúnde, V.A. (1932). *Meditaciones Peruanas 1912-1918*. En: Alejandro, D. (Ed.) *La cultura nacional*. Callao: El Callao.
- Bettelheim, B. (1972) «Le Cœur Conscient » Paris : Robert Laffont.
- Bernoux, P. (1996). dans «Sociologie des organisations, nouvelles approches». *Sciences humaines*, N°64, Août-Sept., p 46-51.
- Bonilla, H. (1976) Europa y la Emancipación Peruana. En F. Lecaros (Ed.)/(Comp.). *Visión de las Ciencias Histórico Sociales*. Lima: Retablo de Papel
- Bollinger D. & Hofstede G. (1987). Dans «*Les différences culturelles dans le management*». Paris: les ed. D'organisation.
- Bosche M. (1984). «Corporate culture: la culture sans histoire». *Revue française de gestion*, Septembre-Octobre.
- Calle, H. & Morales, J. (1994). *Identidad Cultural e Integración del Pueblo Colombiano*. Santa fe de Bogotá: OEI
- Chevrier S. (1995). *Dans Les équipes interculturelles de travail*. Thèse de doctorat en administration, UQAM.
- Cox, T. (1992). «The multi-cultural organization». *Academy of management executive*, Vol. 5, N°2.
- Crozier M. & Friedberg, E. (1977). « *L'acteur et le Système* ». Paris: Le Seuil.
- Cuche D. (1996). «*La notion de culture dans les sciences sociales*». Paris: La Découverte.
- Chevreuse, C. (1979). «*Pratiques inventives su travail social*» de l'ouvrage collective. Paris : Édit Ouvrière.
- Deustua, A. (1941). *Introducción a Javier Prado, Estado Social del Perú durante la dominación española*. Lima: Gil.
- Deustua, A. (1937). *La cultura nacional*. El Callao: Callao.
- Delavallée E. (1996). «Pour ne plus gérer sans la culture». *Revue française de gestion*, Sept-octobre, p. 5-16.
- Diccionario Enciclopédico Salvat, ed. 1986.
- D'Iribarne, P. (1989). *La logique de l'honneur*. Paris: Ed du seuil.
- D'Iribarne, P. (1986). «Vers une gestion culturelle des entreprises». *Annales des mines-Gerer et comprendre*, Septembre.
- Debray R. (1981). « *Critique de la raison politique* » Paris : Gallimard.
- Davila, A. (2000). «*Cultura en organizaciones latinas*». México: ITESM.
- Enriquez, E. (1973). « *Le pouvoir et la mort* ». Paris: PUF.
- Etkin, J. & Schvarstein, L. (1992). «*Identidad de las organizaciones: invariancia y cambio*” Buenos Aires: Paidós.
- Flores Galindo, A. (1987). *Buscando un Inca: Identidad y Utopía en los Andes*. Lima: IAA.

- Fuenzalida Vollmar. et. Alt (Ed.)/(Comp.). Perú: Siglo XXI.
- Fuenzalida Vollmar, F. (1995). Sobre razas y colores... *Diario "Expreso"*, Lima, oct.13.
- Fuenzalida Vollmar, F. (1997). *La Identidad peruana*. Perú: Organización de Estados iberoamericanos, OEI.
- Gardner H. (1993). dans «*Histoire de la révolution cognitive: la nouvelle science de l'esprit*». Paris: Ed. Payot.
- Gauthey F., Ratiu I., Rodgers I. & Xardel D. (1988). «*Leaders sans frontières: Le défi des différences*». Mc Graw-hill
- Geertz C. (1994). dans «The interpretation of cultures», En: F. Trompenaars, dans "*L'entreprise multiculturelle*". Paris: Maxima.
- Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado*. México: Taurus.
- González Prada, M. (1986). *Obras Completas*. Lima: Copé.
- Giddens A. (1994). «*Les conséquences de la modernité*». Paris: L'Harmattan.
- Gosdorf, G. (1960). «*Introduction aux Sciences Sociales*». *Publications de la Faculté des lettres de la Université de Strasbourg*.
- Hall E.T. & Hall M.R. (1990). «*Guide du comportement dans les affaires internationales*». Paris: Ed. Du seuil.
- Harris, M. (1968). *The Rise of Anthropological Theory*. New York: Columbia Univ.
- Henríquez Ureña, P. (1995). *Historia de la cultura en América hispánica*. México: Fondo de cultura económica.
- Hénault G.M. (1974). dans «*Culture et management, le cas de l'entreprise québécoise*». Montréal: Mc Gaw-Hill Éditeurs.
- Herrera, B. (1846). *Sermón, en la Catedral de Lima*. Perú.
- Himno Nacional del Perú.
- Iwasaki Cauti, F. (1988). *Nación Peruana: entelequia o utopía*. Lima: CRESE.
- Kennedy A. (1982). «*Corporate Culture: The Rituals of Corporate Life*». Addison Wesley & Pearson
- Kubler, G. (1952). *The Indian Caste of Peru 1795-1949. A population study based upon tax records and census reports. Publication 14*. Washington D.C.: Smithsonian Institution, & Institute of Social Anthropology.
- Larçon J.P. et Reitter R. (1979). «*Structures de Pouvoir et identité de l'entreprise*. Paris : Nathan.
- Laufer R. & Ramanantsoa B. (1982). «*Crise d'identité ou crise de légitimité* » *Revue française de Gestion*, septembre-octobre.
- Leach E. (1972). «*Les systèmes politiques des hautes terres de Birmanie*». Paris: Ed. François Maspero & Bibliothèque d'Anthropologie.
- Lohmann Villena, G. (1974). *Los Ministros de la Audiencia de Lima*. Sevilla: Escuela de Estudios Hispanoamericanos.
- Lussato, B. (1989). *Dirigeants, le défi culturel*. Paris: Ed. Nathan.
- Macera, P. (1979). *Pintores Populares Andinos*. Lima: FLBA.
- Macera, P. (1976). Sobre Arte e Historia Colonial. En: F. Lecaros. (Ed.). *Visión de las Ciencias Histórico Sociales*. Lima: Retablo de Papel.
- McClelland, D. (1965). Toward a theory of Motive Acquisitions. *American Psychologist*, vol.20. No 2., p. 321-333.
- Marcuse H. (1979). *Culture et société*. Paris: les Éditions de Minuit.
- Mariátegui, J.C. (1928). *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*. Lima: Amauta.
- Martínez Estrada, E. (1962). *Diferencias y semejanzas entre países de la América Latina*. México. UNAM.
- Matos Mar, J. (1986). *Cultura y pensamiento en América Latina*. Francia: UNESCO.
- Mercier, P. (1966). *Histoire de l'anthropologie*. Paris: Coll, Le sociologue, P.U.F.
- Melville J. & Herskovits. (1952). «*Les bases de l'anthropologie culturelle*». Paris: Payot.
- Miroquesada, A. (1925). Ideas y procesos del mestizaje en el Perú. *Revista Histórica, T.XXVIII*.
- Miroquesada, R. (1985). *Cultura y Vida Nacional Zorro de Abajo #1*. Lima.
- Morin E. (1973). *Le paradigme perdu: la nature humaine*. Paris: Ed. Du seuil.
- Nadel, S.F. (1951). *The Foundations of Social Anthropology*. New York: Free Press.

- Nadel, S.F. (1957). *The Theory of Social Structure*. New York: Free Press.
- Ramanantsoa B. (1990). «L'autonomie stratégique de l'entreprise». In Sainsaulieu, R. (éd.). *L'entreprise, une affaire de société*. Paris : Fondation nationale des sciences sociales.
- Radcliffe-Brown, A.R. (1952). *Structure and Function in Primitive Society*. Free Press & Glencoe.
- Redfield, R. (1953). *Culture Contact without Conflict*, *American Anthropologist* XLI, 1939; *The Primitive World and Its Transformations*. Ithaca: Cornell Univ. Press.
- Redfield, R. (1953). *The Little Community: Viewpoints for the Study of a Human Whole*. Chicago: Univ. of Chic. Press.
- Redfield, R. (1956). *Peasant Society and Culture: An Anthropological Approach to Civilization*. Chicago: Univ. of Chic. Press.
- Sainsaulieu R. (1984). «Renouveau des cultures d'entreprise ». *Projet*, No. 183.
- Sainsaulieu R. (1977). « *l'identité au travail* ». Paris :Fondation nationale des sciences politiques.
- Sainsaulieu, R. (1986). « L'identité et les relations de travail ». En: R. Sainsaulieu (Ed.). *Les Identités Collectives, sur la direction de Pierre Tap, Sciences de l'homme*. Paris: Privat.
- Sainsaulieu, R. (1987). « *La dynamique culturelle des ensembles organisés* », *Sociologie de l'organisation et de l'entreprise*. Paris: Presses de la fondation nationale des sciences politiques et Dalloz.
- Schein E. (1984). « Coming to New Awareness of Organizational Culture » Sloan Management Review, hiver 1984.
- Schein E. (1985). « *Organizational culture and leadership* ». San Francisco: Jossey-Bass.
- Steward, J.H. (1950). Area Research: Theory and Practice en Social Science Research. *Council Bulletin*, 63.
- Steward, J.H. (1955). Theory of Culture Change: The Methodology of Multilinear Evolution. En J.H. Steward (ed.). *Contemporary Change in Traditional Societies*. Chicago : Univ. of Ill. Press, Urbana.
- Thevenet M. (1984). dans «La culture d'entreprise en neuf questions». *Revue française de gestion*. Septembre-Octobre, p. 7-21
- Trompenaars F. (1994). *dans «L'entreprise multiculturelle*». Paris: Maxima.
- Touraine, A. (1965). « *La conscience ouvrière* ». Paris : Le Seuil.
- Touraine, A. (1973). « *Production de Société* » Paris: Le Seuil.
- UNESCO (1986). Identidad en América Latina. Culturas dialogo entre los pueblos del mundo. *Revista UNESCO*. Número especial.
- Valcárcel, L.E. (1965). *Ruta cultural del Perú*. Lima: Nuevo Mundo.
- Wikham A. & Petterson M. (1983). « *Les carriéristes, les grandes manœuvres des cadres* ». Paris: Ed. Ramsay.
- Wallerstein I. (1996). « *Ouvrir les sciences sociales* ». Paris: Descartes & Cie
- Weber, M. (1971). « *Économie et Société* » Paris : Plon

