

La identidad de la institución universitaria*

Ana Marta González

Desde el siglo XIX, época de grandes cambios que pusieron en crisis el orden tradicional, el discurso sobre la identidad —quién soy yo, quiénes somos nosotros— se presenta como un intento de ganar control reflexivo sobre el propio ser, a fin de no verse arrastrado por el curso de los acontecimientos. Esto vale también para la Universidad, donde la búsqueda del conocimiento corre el riesgo hoy de verse mediatizada por las demandas del mercado.

* * *

Sin duda, el alcance de un discurso de este tipo es siempre limitado. Por una parte, los discursos con los que intentamos describir lo que somos, inevitablemente nos remiten a lo que todavía no somos, pero queremos ser; y, por otra, tales discursos siempre se quedan cortos a la hora de reflejar lo que de hecho hay. Por eso los discursos conscientemente controlados —paradigmáticamente los discursos institucionales— con tanta frecuencia despiertan recelos y sospechas, hasta que no se vean corroborados de algún modo por la experiencia.

Los discursos sobre la identidad

Esta sospecha está en la base de distintas estrategias de deconstrucción del discurso, para las cuales, a la hora de conocer a otro, parecería preferible analizar no lo que dice, sino lo que no dice; no lo que la representación exhibe, sino lo que la representación oculta; no lo que se controla conscientemente, sino lo que se escapa al control de la conciencia, los *lapsus linguae*, las reacciones espontáneas, los implícitos, etc.

Al mismo tiempo, no podemos prescindir de los discursos con los que tratamos de aclararnos a nosotros mismos. El crecimiento de una persona o de una institución también se refleja en una mayor conciencia de los propios fines, en un empeño mayor para que esos fines impregnen las manifestaciones de la vida de esa persona, o de esa institución. Esto es lo que se persigue, por ejemplo, al explicitar en un ideario los rasgos más sobresalientes de una institución: ganar una mayor conciencia corporativa, que pueda luego traducirse en las acciones más ordinarias que tienen por sujeto a la institución; ganar control racional sobre las propias acciones, a fin de que se ajusten al ideario.

Reconocerse en la imagen corporativa

Ciertamente, la identidad no queda garantizada por la formulación del ideario; además, éste tiene que ser interiorizado y traducido en medidas estructurales y modos de hacer con los que la institución como tal se expresa hacia fuera. Pero, sobre todo, si esta expresión ha de ser expresión de algo, debe corresponderse

con hábitos y modos de hacer vividos hacia adentro, en el interior de la institución.

A fin de que la indudable asimetría de ambos procesos —el primero más técnico, el segundo más vital— pueda mitigarse, y se evite la transformación de la imagen corporativa en mero simulacro, es importante que los miembros de la institución, más allá de su pluralidad evidente, puedan identificarse con, reconocerse en, la imagen corporativa, para lo cual la calidad de la comunicación interior, no en aspectos periféricos sino nucleares, resulta de importancia decisiva.

En nuestro contexto cultural, esta doble tarea es tan necesaria como difícil, debido a que la misma idea de identidad resulta excesivamente gruesa para nuestra sensibilidad posmoderna.

En efecto, si bien un aspecto de nuestra herencia moderna, típicamente romántico, nos lleva a valorar positivamente el proceso por el cual llegamos a tener una identidad definida, en la que se exprese nuestra peculiar aportación al mundo; el empeño posmoderno discurre más bien en dirección contraria.

Tal vez escarmentado de las luchas fratricidas derivadas de la afirmación dialéctica de la propia identidad —aquí estamos nosotros, allí están ellos—, el individuo posmoderno tiende a evitar excesivas definiciones, y muestra más interés en cómo mantener la individualidad y la libertad intactas, soslayando el problema de la identidad. Por eso la cultura posmoderna experimenta una afinidad tan grande con la inconstancia de las modas, la ambigüedad de las imágenes, la fragmentación de las experiencias.

De peregrino a turista

Como sugería Bauman hace años, si la metáfora de la identidad moderna es la del peregrino, la de la identidad posmoderna es el turista (1), que acumula experiencias, sin hilo conductor alguno; o —como diría Benjamin— el paseante, que va de escaparate en escaparate. Si el moderno gusta de la reflexión y la coherencia, el posmoderno prefiere quedarse en la superficie, vivir el instante y despreocuparse de consistencias.

En nuestra época perviven elementos modernos y posmodernos entremezclados. Como posmodernos, tendemos a quedarnos en las primeras impresiones; como modernos, desarrollamos distintas estrategias de *impression management*: técnicas de control de la propia apariencia que, si bien recogen de algún modo el aspecto de competencia implícito en la noción de virtud, no garantizan en absoluto la rectitud de fondo que es inseparable de la virtud auténtica. De hecho, quien se acostumbra a dirigir sus acciones con arreglo a fines cortos, se vuelve gradualmente incapaz de referirlas a fines últimos. Por eso una organización puede estar compuesta de gente sumamente competente y funcional, que sin embargo es incapaz de conectar con el fin.

En general, dos rasgos característicos de nuestro tiempo, con grandes repercusiones en la cuestión de la identidad, son, por un lado, la desconexión de fondo y superficie, y, por otro, el “presentismo”, sin memoria para el pasado y sin apenas proyección de futuro.

En efecto, de un lado, la identidad no es tal si se reduce a un núcleo invisible, y no logra abrirse paso y dar cuenta de lo que se advierte en la superficie. Una identidad que no se expresa no es identidad alguna, puesto que no puede ser reconocida por nadie,

ni siquiera por uno mismo, y ser reconocida es lo propio de la identidad.

Pero, además, para seres como nosotros, cuya existencia discurre en el tiempo, no hay identidad sin referencia al origen, y sin orientación a un fin que da sentido al presente. La identidad se preserva cuando el origen y el fin están vivos, actuales, en el presente.

Sin anquilosamientos ni originalidades falsas

Lo anterior vale tanto para las personas como para las instituciones: sin interiorización —hecha de reflexión y de hábitos— no puede haber exteriorización, manifestación de la identidad. Sin interioridad, la superficie es mera superficie, no es expresión de nada.

Sin embargo, mientras que el principio configurador de la identidad personal es algo interior al individuo —su alma—, el de las instituciones incorpora un elemento artificial. En la Política, Aristóteles atribuye al régimen una de las funciones que, en la vida individual, corresponde al alma: estructurar el cuerpo (2), dotarlo de una forma apta para expresar la vida. Pero, a diferencia del alma, el régimen no es principio de vida propiamente dicha. La vida de una institución procede de las personas: son ellas las que, con sus palabras, hábitos y modos de hacer, dan vida al régimen o, por el contrario, lo modifican.

Sin duda, preservar la identidad de una institución a lo largo del tiempo no es cosa fácil, pues el dinamismo y la inercia de la vida ejercen una presión constante sobre las formas institucionales asentadas. Weber habla de la “rutinización” del carisma (3) que sucede a los momentos fundacionales; Durkheim,

de los tiempos profanos que siguen a los momentos sagrados de entusiasmo colectivo (4). Para Simmel, la vida tiende siempre a superar la forma recibida para ir en busca de otra (5).

El problema de mantener la fidelidad al origen a lo largo del tiempo, evitando tanto anquilosamientos como originalidades falsas, fue lo que —según Hannah Arendt— llevó a los romanos a crear la institución del senado, que, como su nombre indica, estaba compuesto por los mayores. El título principal para pertenecer al senado, en efecto, no era de entrada la mayor sabiduría, sino la mayor proximidad al origen, al momento fundacional de Roma. La clase de sabiduría de la que era depositario el senado, la fuente de su autoridad peculiar, vino a constituir lo que se llama tradición (6), un principio de genuino progreso, en la medida en que, en medio de los cambios, garantizaba la identidad con el origen.

La autoridad de la tradición, elemento fundamental en la identidad de cualquier institución, lo es especialmente de la universidad, que nació como lugar de encuentro de profesores y alumnos, con el fin de transmitir y profundizar en el saber heredado. Precisamente la tradición es lo que entró en crisis con las revoluciones modernas y lo que ahora tratamos de recuperar reflexivamente, elaborando discursos sobre la identidad.

Universidad: tres polos en tensión

El proceso de modernización incidió en la institución universitaria, sugiriendo nuevas dimensiones de su misión: no sólo transmitir y profundizar en el saber heredado, sino también avanzar en conocimientos que sirvan al progreso de la sociedad.

Con ello se introdujo en la institución universitaria un vector de futuro, y una orientación antropocéntrica, a cuya luz cabe explicar benéficos desarrollos posteriores de esta institución, incluida su democratización en el pasado siglo —gracias a la cual muchos podemos estar hoy aquí— y su contemporánea ampliación en la línea de la llamada “tercera misión”.

De este modo, los intereses de la sociedad han pasado a encontrar un eco mayor en la vida interna de la universidad; la frontera entre la universidad y la sociedad se hace más tenue y se complica el espectro de bienes a los que resulta preciso atender en el gobierno universitario. (De ahí la tendencia a concebir la gestión universitaria según el modelo organizativo de la *stakeholders theory*).

Actualmente, la institución universitaria está vertebrada en torno a tres polos —docencia, investigación, transferencia— en recíproca tensión, fecunda pero también frágil, cuya fractura conduciría al reemplazo histórico de la universidad por un conglomerado de academias, centros de investigación, observatorios culturales, apéndices empresariales, etc.

Si ha de evitarse tal fractura, esto dependerá de potenciar la actividad en torno a la cual gira constitutivamente la vida universitaria —el conocimiento—, la cual marca en último término el ritmo temporal de esta institución; un ritmo que la sitúa simultáneamente, por así decir, en el mundo y fuera del mundo. Pues, aunque algunas de las ciencias que en ella se cultivan tengan una orientación más práctica y participen lógicamente en mayor medida de los tiempos del mundo, la vida universitaria se caracteriza por un tiempo social lento.

Si bien esto resulta engorroso desde el punto de vista del gestor, en último término es también expresivo de que la universidad vive volcada en una actividad vital, no productiva sino

inmanente, como el conocimiento; por eso la universidad es un lugar donde ante todo se rinde honor a la verdad.

Al servicio de la demanda social

Sin embargo, el conocimiento entendido como actividad vital capaz de estructurar e inspirar un modo de convivencia entre profesores y alumnos, parece estar cediendo terreno ante el conocimiento entendido como actividad encaminada a producir resultados aptos para el consumo, en un proceso de carácter sistémico cuya propia dinámica tiende a expulsar a la periferia los aspectos realmente esenciales, relativos al crecimiento de la vida intelectual.

El deslizamiento del paradigma vital al paradigma productivo-consumista del conocimiento, favorecido por la especialización y acelerado por el proceso de globalización, explica que la vida universitaria se vea progresivamente dominada por la lógica propia de la organización empresarial y sujeta como ella a la misma clase de tensiones.

Al entrar en la dinámica competitiva del mercado, la universidad se ve forzada a concebir su actividad como la producción de bienes que son objeto de demanda social y promocionarlos siguiendo determinadas estrategias de marketing, una vez pasados los controles de calidad pertinentes.

Mientras la gestión se limitó a aspectos periféricos, pudo alimentarse la esperanza de que el sentido de la actividad central de la universidad, el conocimiento, no se viera afectado. Pero ahora la cosa es distinta. Cuando criterios accidentales a la vida universitaria —brillo, fama, éxito— adquieren un protagonismo exagerado, confundidos con el prestigio derivado de la

proximidad a lo esencial, o cuando el objetivo primero de muchos profesores no es saber, sino “anecarse” (obtener la acreditación como docentes universitarios otorgada por la ANECA), el saber mismo ha quedado relegado a un efecto colateral del sistema, necesitado de justificación extrínseca.

Razonable en el caso de disciplinas prácticas, la orientación de los estudios conforme a exigencias profesionales resulta alarmante cuando se exporta a estudios cuyo valor reside en perseguir el conocimiento por sí mismo. En todas estas nimiedades se perfilan tendencias que no son irrelevantes para comprender los valores que compiten por adueñarse del espacio universitario y definir la identidad de la institución.

Por eso, en este momento, la cuestión decisiva es si la visión de la universidad es lo suficientemente lúcida y su vida interna lo suficientemente pujante como para contrarrestar las presiones externas de las que es objeto y someterlas a su propia dinámica, o si, por el contrario, va a plegarse dócilmente a ley que se le impone desde fuera. La magnitud de este reto explica las dificultades que encuentra en su manifestación y funcionamiento cotidianos cualquier universidad con un ideario no asimilable al ideario que inspira de hecho los procesos del mercado; entre ellas las universidades cristianas.

La identidad cristiana de la universidad

Después de todo, la identidad cristiana de la universidad no es el sombrero que se le pone a una institución constituida según otros parámetros.

Pues si la universidad es un espacio donde la convivencia entre profesores y alumnos gira en torno a la búsqueda de la

verdad en libertad, ahí estamos dando por supuestas varias cosas, muy afines al espíritu cristiano:

- 1) que hay una verdad,
- 2) que la verdad es difícil,
- 3) que sólo se puede alcanzar en libertad y con la ayuda de otros,
- 4) que ayudar y ser ayudado en esa tarea funda un tipo de convivencia estructurada en torno a la autoridad de la verdad;
- 5) que quienes profesan este modo de vida —buscar la verdad y transmitirla a otros— escogen algo valioso en sí mismo, expresión, en el orden humano, de que hay en nosotros algo que no se subordina a fines extrínsecos porque es fin en sí mismo;
- 6) que servir a este fin, realizando cualquier otra actividad, ennoblece.

El hecho de que una institución se dedique prioritariamente al conocimiento no puede menos que colisionar con una sociedad que busca en todo un rendimiento inmediato. Pero, según decía Aristóteles “el buscar en todo la utilidad es lo que menos se adapta a las personas magnánimas y libres” (7). Aunque a menudo la vida universitaria esté saturada de mezquindades, por su propia naturaleza es una tarea magnánima (cuyo desempeño requiere de rectores magníficos).

“La verdad no tiene sustituto útil”, decía Leonardo Polo. Ella sola es el mejor servicio. Para la universidad prestar este servicio en un contexto refractario al conocimiento exige un continuo ejercicio de discernimiento sobre ideas, personas, jerarquías de fines, acciones, estructuras, modos de organizar el trabajo, imágenes, logrando que todo ello coopere a ese fin.

En medio de las necesarias innovaciones que es preciso realizar para que la universidad siga estando en el mundo, el reto principal que se le plantea hoy a cualquier universidad cristiana es seguir estando fuera del mundo, es decir, seguir siendo una universidad. Es prioritario que una institución dedicada a promover el conocimiento en todos los frentes encuentre tiempo para entenderse a sí misma y articular un discurso consistente sobre su naturaleza y misión, desde el que pueda iluminar la praxis cotidiana.

Notas:

- (1) Cf. Bauman, Z., “De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad”, en Stuart Hall y Paul du Gay (comps.), *Cuestiones de identidad cultural*, Amorrortu, Buenos Aires-Madrid (2003), págs. 40-68.
- (2) Cf. Aristóteles, *Política*, III, 3, 1276b 1-9.
- (3) Weber, M., *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, FCE, México-Buenos Aires (1964), págs.197 y ss.
- (4) Durkheim, E., *Las formas elementales de la vida religiosa*, Akal, Madrid (1992), pág. 197.
- (5) Simmel, G., *Intuición de la vida. Cuatro capítulos de metafísica*, Altamira, Buenos Aires (2001).
- (6) Cf. Arendt, H., *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios de reflexión política*, Península, Barcelona (2003), págs. 193 y ss.
- (7) Cf. Aristóteles, *Política*, VIII, 3, 1338b3.

* Artículo publicado en *Aceprensa* por la autora — Profesora Titular de Filosofía Moral en la Universidad de Navarra y directora de la línea *Culture & Lifestyles* del Instituto Cultura y Sociedad de dicha universidad— el 1 de diciembre de 2010 (servicio nº 90/10).