

# Mauricio Montenegro y la antropología económica



Diego Cárdenas

**M**auricio Montenegro es un bogotano criado, de manera tradicional, por unos padres nacidos en Cundinamarca. Su padre, del norte del departamento, y su madre, del sur, migraron hacia la capital colombiana en los años cuarenta, y se dedicaron a diferentes negocios del sector financiero y administrativo. De haber sido por ellos, hoy Montenegro sería alguien asociado a la economía o al comercio; sin embargo, este antropólogo e investigador cultural iba más allá de un simple conocimiento económico de la cuantificación de las cifras.

Según él, su familia es bastante conservadora, quienes se preocuparon desde muy temprano por la preparación académica de sus tres hijos. Como la mayoría de colombianos, Mauricio vivió en un barrio de clase media durante su niñez y recibió, de igual forma, una educación de clase media en un pequeño colegio.

Su madre es contadora pública y siempre pensó que dedicarse a los sectores financiero y administrativo aseguraría su futuro. Su padre es un comerciante que se dedicó a crecer económicamente junto con su esposa, para brindarles un mejor porvenir a sus hijos; por eso, sus dos hermanas siguieron esa misma línea profesional; pero él, no.

## Sus padres en desacuerdo

Cuando se graduó del colegio, la vida de Montenegro tuvo un cambio que para sus padres fue bastante fuerte y que los confrontó con su hijo. Él había decidido estudiar una carrera profesional totalmente diferente a la que siguió su familia, por lo que en el año 1998 inició sus estudios de pregrado en la Facultad de Publicidad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Sus padres “pegaron el grito en el cielo” porque no creían que un publicista pudiera lograr solidez económica y, aunque lo aconsejaron bastante para que cambiara de carrera, él no lo hizo.

Así pues, sus padres, a quienes no les gustó esta decisión, decidieron apoyarlo para que iniciara su formación profesional entre aulas de clase y programas de edición. Él mismo se de-



fine como una persona bastante curiosa y, en la mitad de sus estudios, empezó a interesarse por otros campos académicos. Es allí donde su familia se lleva nuevamente una gran sorpresa: este estudiante de publicidad ingresó paralelamente a la Universidad Javeriana a estudiar literatura.

Pese a ello, recibió nuevamente el apoyo de sus padres, quienes pagaban sus dos carreras universitarias, aunque no estaban de acuerdo con sus decisiones. Mauricio estudiaba al mismo tiempo publicidad y literatura, y sentía una gran presión por cumplirle a su familia. Por eso, se destacó como uno de los mejores estudiantes de pregrado en ambas universidades.



## Interés por el arte

Durante los años de estudio, y debido a la influencia de sus profesores, Montenegro se interesó cada vez más por la lectura y el arte, visitaba frecuentemente los museos de la ciudad, librerías y participaba en encuentros culturales; tanto así, que trabajó por varios años en instituciones relacionadas con el arte y la cultura, como el Museo Nacional y el Museo del Banco de la República.

Estudiando literatura, se acercó a las ciencias sociales. Sus profesores jugaron un papel importante en esta curiosidad de Mauricio, que seguía rondando diariamente en su mente, explorando nuevos campos de aprendizaje y asumiendo nuevos retos académicos.

## Dos derrotas

De aquellos tiempos de pregrado en las universidades solo le quedan buenos recuerdos y conocimientos muy importantes. Una vez se graduó de Publicidad y de Estudios Literarios, Mauricio se presentó a la Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional, pero no pasó el examen de admisión. Para él, fue un golpe inesperado que lo llevó a pensar si servía o no para la sociología. Sin embargo, durante los seis meses que transcurrieron, estudió con dedicación por su cuenta y por segunda vez se presentó la maestría, pero nuevamente fue rechazado.

A pesar de ello, da gracias a lo que sucedió, porque afirma que, si no hubiera sufrido esos momentos negativos en su vida, no estaría en donde está. En 2005

por fin es recibido en la Universidad Nacional para realizar la Maestría en Estudios Culturales. El nivel académico fue muy fuerte, y trabajó el doble que los demás, porque sus profesores estaban prevenidos por sus competencias en ciencias sociales, debido a que venía de estudiar publicidad. Esto lo hacía pensar que no cumpliría a cabalidad con los objetivos propuestos. Hoy en día, sus profesores son sus colegas y compañeros de profesión.

Tras demostrar todo su potencial y haber tenido la curiosidad y el empeño suficiente, Montenegro fue becado por la Nacional durante la maestría, y mientras desarrollaba su proyecto *La cultura de consumo como contracultura*, empezó a dictar cátedras como docente en diferentes universidades de la ciudad. El concepto que sus padres tenían, cuando vieron que su hijo consiguió una solidez y autonomía económica, a través de sus estudios en cultura y ciencias sociales, sin desligar, en ningún momento, la publicidad.

## Una importante investigación

Varias publicaciones en revistas, páginas web y algunos libros han surgido de un arduo estudio que Montenegro realizó durante cinco años. En 2010 inició el Doctorado en Antropología, en la Universidad de los Andes, con el proyecto *Economía y cultura en dos ferias contemporáneas*.

Mauricio se dedicó a estudiar las tensiones que existen entre la economía y la cultura en un espacio determinado, escogiendo como mercados culturales a La Feria de las Colonias y Expoartesanas para su estudio doctoral. Él afirmó que los valores culturales no son tomados en cuenta en este tipo de ferias, que, sin lugar a dudas, están llenas de arte y una importante diversidad cultural, además, que sus expositores (pequeños, medianos y grandes empresarios) se dedican exclusivamente a la parte comercial para poder vender todos sus productos.

Cuando quiso explicar, de manera más sencilla, su estudio en estas importantes ferias y la tensión entre lo económico y cultural, formuló una pregunta: “¿se puede o no ofrecer el consumo del yagé de manera abierta en un espacio económico normal?”



De su investigación, Mauricio dice: “El impacto de mi investigación en ciencias sociales está centrado en problemas específicos que sirven para investigadores de la materia, y les ayuda a entender mejor, y con más dimensiones, ciertos problemas del campo social y cultural a otros investigadores que estén interesados. La antropología económica es un campo poco explorado en Colombia y esta investigación es un gran avance. Tiene que ver mucho con no dejarle la economía solo a los economistas, que cuantifican pero no tienen en cuenta factores humanos, cualitativos, sociales, de poder, de desigualdad, que son tensiones que siempre están ahí y nadie las toca; las ciencias sociales deben tomar partido en este tema”.

## El aporte de su investigación

Aunque la antropología económica aún es poco examinada en el país, la investigación *Economía y cultura en dos ferias contemporáneas* fue un logro fundamental que da una base a nuevos investigadores de la materia. “No ha todo el mundo le servirá este estudio, sino para hacer nuevas investigaciones a quienes les interese ahondar en este tipo de exploraciones de las ciencias sociales”, afirma Mauricio.

Nadie le dijo cómo, dónde, cuándo, ni por qué. Simplemente esa curiosidad que siempre lo ha destacado lo llevó a preguntarse qué pasa con la parte social y cultural en un mundo comercial lleno de cultura. Este estudio lo llevó por diferentes caminos y retos académicos, en los que siempre se replanteó la pregunta: “una investigación que no cambie durante el estudio, no vale la pena hacerla. Lo más importante para iniciar un proyecto de investigación es que hayan preguntas y lo paradójico es que las conclusiones son nuevamente preguntas”.

Afirma que comprende mucho mejor esta problemática de lo económico y lo cultural, pero es consciente que no está resuelta. Montenegro culminó esta investigación en el año 2014.

## Con la Universidad Central

A sus 34 años de edad, actualmente Mauricio es profesor de tiempo completo del Departamento de Publicidad de la Universidad Central. En sus clases, se concentra en la sociología

publicitaria, teniendo en cuenta el material simbólico y cultural en agencias de publicidad. Actualmente, es un miembro activo del Grupo de Investigación Cidep, y trabaja en varias investigaciones donde explora las ciencias básicas y su papel etnográfico en el campo laboral.

Al preguntarle si se sentía más antropólogo que publicista, o viceversa, afirmó que nunca trabajó en una agencia publicitaria, pero que conoce muy bien este campo, no desde adentro sino como investigador. Sin embargo, le gusta pensarse o definirse como alguien muy curioso debido a su interés en diferentes campos como la literatura, la publicidad, las ciencias sociales y las investigaciones.

## Un consejo

Según él, “un investigador debe hacerse preguntas 100% sinceras que realmente lo cuestionen, un investigador no debe tener prejuicios ni preconceptos muy marcados sobre lo que va a investigar porque se cometería el error de corroborar lo que se piensa y eso no tiene sentido. Una buena investigación debe tener cambios o dejarlo aún más confundido”.

Finalmente, añade que su mayor temor en la vida es autoplagiarse o repetirse, y esto sucede porque es difícil crear nuevas ideas, “uno tiene solo un par de ideas buenas en la vida y lo que debe hacerse es certificar ese par de ideas, cambiar la pregunta, darle vuelta; de lo contrario, esa será la derrota definitiva del investigador”.