

Segundo Congreso Internacional de Ciencias Humanas "Actualidad de lo clásico y saberes en disputa de cara a la sociedad digital". Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, San Martín, 2022.

Metaforas, dibujos y trama intersubjetiva.

MARIA MARTA PREZIOSA.

Cita:

MARIA MARTA PREZIOSA (2022). *Metaforas, dibujos y trama intersubjetiva. Segundo Congreso Internacional de Ciencias Humanas "Actualidad de lo clásico y saberes en disputa de cara a la sociedad digital". Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, San Martín.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/2.congreso.internacional.de.ciencias.humanas/376>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eoQd/fse>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Metáforas, dibujos y trama intersubjetiva

María Marta Preziosa
Pontificia Universidad Católica Argentina¹
mmpreziosa@uca.edu.ar

Resumen

Las ciencias de la administración suelen destacar la influencia de los incentivos económicos y de las leyes vigentes en la conducta quienes componen las organizaciones, sin embargo, los enfoques comportamentales en auge, dan cuenta de las limitaciones de dicho enfoque. En el caso de la empresa, si se aplican a su análisis algunas ideas de Axel Honneth se advierte otro tipo de influencia: el deseo de reconocimiento y su trama de reciprocidad; algo que no es comprendido ni regulado por lo económico-administrativo ni lo jurídico. Por otra parte, los métodos más usuales para investigar cualitativamente las empresas tales como encuestas, entrevistas o grupos de foco hacen crisis al indagar la relación entre la conducta y las normas en la empresa ya que las respuestas tienden a ser “políticamente correctas”. Ello motiva el desarrollar técnicas de investigación complementarias. El Mapeo de Metáforas de Mentalidad Grupal (Preziosa, 2016^a) propone dibujos grupales que “elicitan” metáforas que “conceptualizan” la trama intersubjetiva organizacional y podrán estar condicionando la toma de decisiones. La técnica es cuasi-etnográfica, del tipo de investigación-acción y su clave interpretativa es la lingüística cognitiva. Aquí se presenta un mapa de metáforas, cuya analogía principal es el juego y representa la mentalidad de mandos medios de empresas que cursan posgrados MBA en universidades privadas y públicas.

Palabras clave

Metáfora conceptual; dibujo grupal; trama intersubjetiva; lingüística cognitiva; etnografía organizacional.

¹ Este trabajo es parte del Proyecto de Investigación titulado “La toma de decisiones en la organización. Sujeto moral, intersubjetividad y no-racionalidad en la ética empresarial” acreditado (2021-2023) en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica Argentina.

Introducción

Aunque no se suele informar en los medios de comunicación sobre delitos dentro de las empresas, es muy común la comisión de fraude por parte de los empleados contra sus empleadores. Dado que estas no suelen hacer la denuncia en la justicia, se conoce sobre ellos solo a partir de encuestas realizadas por estudios de auditoría. Ahora bien, para las empresas el problema lo constituyen no solo las grandes pérdidas, sino encontrar cómo mejorar su prevención ya que la vigencia de la ley, los controles administrativos y los incentivos económicos no siempre funcionan para evitarlos (PwC 2022 y PwC Argentina, 2018).

Por otra parte, en el ámbito de las ciencias de la administración están en auge los estudios comportamentales que reciben aportes de la psicología experimental o las neurociencias - entre otros- y abordan aspectos no-rationales que se añaden a la tradicional racionalidad costo/beneficio en la toma de decisiones. Ahora bien, la filosofía también puede aportar también a este enfoque comportamental de la administración no solo a través de la ética aplicada y su objetivo normativo, sino también en sus múltiples análisis del deseo, como, por ejemplo, el deseo de reconocimiento según Axel Honneth.

De acuerdo con F. M. Abril (2011), Honneth en su lectura del joven Hegel encuentra que la comisión de delitos contra la propiedad -como el robo (o el fraude)- son impulsados por la dinámica del deseo de reconocimiento y su trama intersubjetiva. Experimentar el menosprecio funcionaría como un resorte para estos delitos. Asimismo, Honneth afirma que lo jurídico no alcanza a aprehender la trama de reciprocidad. Aplicadas estas conceptualizaciones honnethianas a la empresa, decimos que ni el sistema de control interno, ni sus aspectos jurídicos o económico-administrativos, alcanzan a regular la trama intersubjetiva de una organización -una “zona inaprensible” para su tejido formal.

Problema

PwC Argentina (2018) señala que el factor que más pesa en la comisión de fraude es de las racionalizaciones con las que se autojustifica el perpetrador. La falta de tejido recíproco, interpretado como falta de reconocimiento, podría incluirse entre esas racionalizaciones. Incluso, en algunos casos, funcionaría como venganza (Cfr. Abril, 2011, Preziosa, 2022) del individuo contra la empresa por el menosprecio “del rendimiento y las propias capacidades” (Honneth, 2011, p. 144).

Ahora bien, no solo es difícil conocer los motivos o racionalizaciones individuales de la conducta, sino que -como señala el análisis organizacional- también lo es conocer las creencias compartidas o “presunciones básicas subyacentes” (Schein, 1999) de una cultura

organizacional que versan sobre las cuestiones humanas más profundas. Por tanto, lo inaprensible o lo subyacente reclaman recreadas formas de investigación que complementen las tradicionales -encuesta, entrevista, etnografía, observación participante- al abordar el tejido intersubjetivo grupal que -entre otros factores- se cifra en el deseo de reconocimiento recíproco. Específicamente, cuando aquí nos referimos a trama “intersubjetiva” consideramos también “sujeto” -de modo análogo- a la empresa como “agente”, cuyos integrantes toman decisiones representando sus intereses (Cfr. Preziosa, 2019).

Antecedentes y metodología empleada

Según la lingüística cognitiva, la metáfora conceptual nos permite comprender lo abstracto y lo complejo en términos corpóreos y sensorio-motrices (Lakoff y Johnson, 2009). Por ejemplo, el enojo se suele metaforizar en diversos idiomas con un recipiente a punto de explotar. El aspecto relacional de las organizaciones entra en esa categoría de algo complejo o abstracto. Las mismas palabras “trama” o “red” son metáforas conceptuales donde el “tejido” es la imagen sensorio-motriz que conceptualiza la idea de relación.

El Mapeo de Metáforas de Mentalidad Grupal (MMMMG) utilizado en un entorno de aula o capacitación propone un nuevo abordaje: produce dibujos realizados en grupo, según unas ciertas reglas y “elicitan” metáforas acerca de la relación empleado-empresa. Es un método del tipo investigación-acción o “etnografía activa” (G. Morgan, 1999) y en Preziosa 2016^a, se lo explica y fundamenta; allí se lo había denominado “Método Heurístico de Elicitación de Metáforas Grupales” (HEMG).

Coloquialmente, alguien que trabaja en una empresa define su relación con ella en términos contractuales, económicos o productivos: “soy empleado”, “soy el dueño”, “estoy contratado” (Cfr. Preziosa, 2020), Sin embargo, al pedirles que dibujen en grupo dicha relación, emergen metáforas que pedagógicamente funcionan como “espejos” o “ventanas” (Morgan, 1999) que permiten el acceso a significados sociales condensados y convergentes. Dichas metáforas podrían ser “esclavizantes” (Lakoff y Johnson) para la toma de decisiones. Para el MMMG representan la comprensión encarnada (“*embodied*”) que los empleados tienen de su lugar en esa organización, en su funcionamiento u ordenamiento; una acrítica y pre-racional micro-cosmovisión. Quienes realizan los llamados MBA (“*Master in Business Administration*”) trabajan en empresas diferentes, pero conforman una clase de individuos con profesiones, motivaciones y entornos similares. Las metáforas elicidadas plasman cómo se reconocen a sí mismos en la mirada de la empresa. El dibujo grupal provoca la convergencia de lo individual y condensa lo común; y el ejercicio de proyección grupal lo reinterpreta y lo valida. Revisarlas, tiene valor pedagógico y compararlas a lo largo de los años, tiene valor investigativo.

Resultados

Las cinco metáforas que siguen son las más repetidas. Cada una fue validada de forma pasiva o activa por grupos MBA de dos universidades privadas y una pública entre 2010 y 2022². Las mismas se escriben según las convenciones de la lingüística cognitiva. Todo en mayúsculas, A ES B, primero se ubica “A”, esto es, el dominio-fuente, la imagen concreta y luego “B” el dominio-meta, aquello metaforizado, lo complejo o abstracto.

En orden alfabético, las 5 metáforas que conceptualizan la relación empleado-empresa para un MBA son: CAMINO, ENCASTRE, JUEGO, PRESION, TRADE-OFF. En el mapa están destacadas en hexágonos de color azul y algunas nociones que pertenecen a sus campos semánticos, aparecen en los hexágonos grises.

Mapeo de Metáforas Grupales/MBA/ Relación intersubjetiva 2010-2022



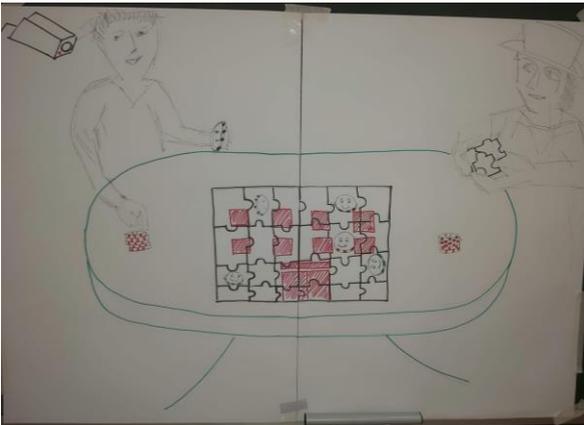
Se identificó a JUEGO ES RELACION INTERSUBJETIVA como la metáfora principal que condensa más significados, permite integrar a otras, contiene ambigüedades o paradojas de la relación individuo-empresa. Las cinco tienen contornos y elementos comunes y, como dice G. Durand, se refuerzan y explican entre sí. Este mapa simboliza cómo un típico alumno MBA se reconoce a sí mismo bajo la mirada de la empresa, su lugar, su rol en el ordenamiento de

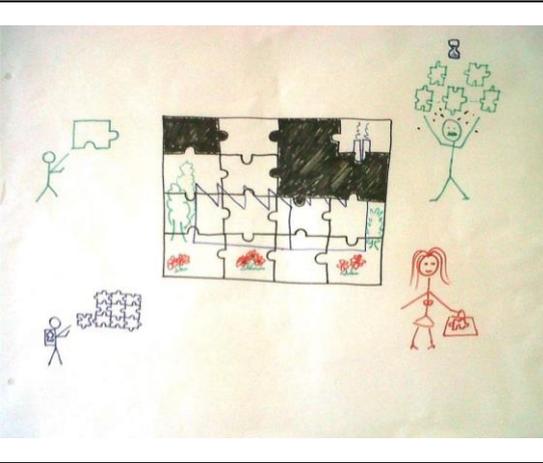
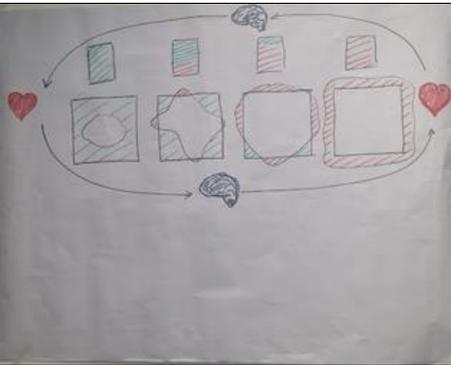
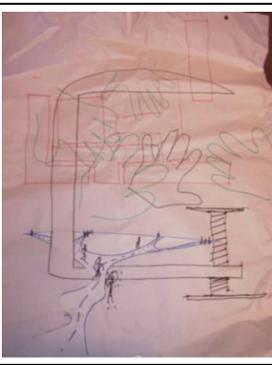
² Queda pendiente el recuento preciso de la cantidad de registros fotográficos y la estimación de cantidad total de alumnos de posgrado.

la empresa es el de un jugador. En la empresa se gana o se pierde, se está adentro o se está afuera. Se aprende a jugar. Hay estrategia, hay equipo, hay competidores, colaboradores, hay roles. Hay reglas, árbitros, líderes y asimetrías varias. Hay trampas y atajos; se dirigen a objetivos, logros, performance. Hay entrenamiento, comportamientos deseables y otros penalizados. Hay incertidumbre, riesgo, intercambio, negociación. A veces hay que ceder y a veces hay reciprocidad.

En detalle:

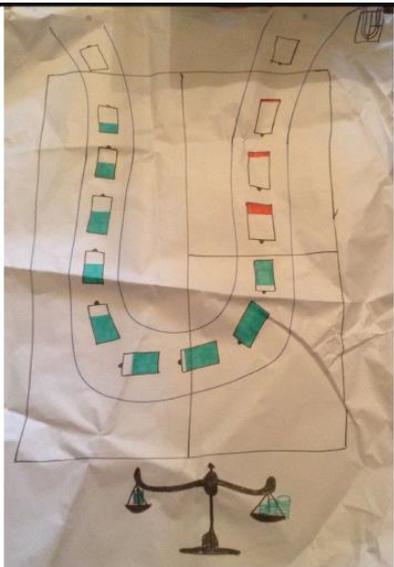
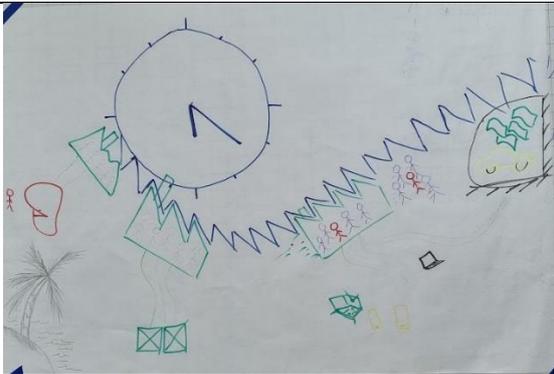
- I. **JUEGO ES RELACION INTERSUBJETIVA ORGANIZACIONAL.** La intersubjetividad sigue reglas, pero también funciona el azar. No siempre se sabe quién define las reglas o cuáles son o cómo jugar con ellas. (Cfr. Imágenes N° 1, 2, 3, 4, 6: ajedrez, rompecabezas, *spinner*, *Tetris*)
- II. **ENCASTRE ES RELACION INTERSUBJETIVA ORGANIZACIONAL.** El deseo de estima social (Honneth), de encontrar cabida, ingresar, encajar, ubicarse, acomodarse, adaptarse, no ser despedido. Algo amorfo o con poca identidad o con muchas opciones o libertad (el yo) se adapta/se ajusta/encaja/encastra en algo -la empresa- que se prejuzga ordenado, rígido, sólido, con estantes, reglas y dirección (Imágenes N° 5,7). O una pieza de rompecabezas, un ladrillo, un peón de ajedrez, debe limar sus bordes, pensar como moverse (Imágenes N° 1,2,4,6). Los “acomodados” entran por la ventana o una “mano negra” los ubica o tienen coronita (Imágenes N° 2,10).

	
<p>Imagen n°1 (02.2022) Juego, piezas que encajan, apuestas</p>	<p>Imagen n° 2 (2018) Juego, estrategia, azar, dominio o gobierno</p>

	
<p>Imagen n°3 (2018) Juego, fuerza centrípeta, inclusión, exclusión</p>	<p>Imagen n°4 (2010) Juego, piezas que encajan –o no-, malabares</p>
	
<p>Imagen n°5 (9.2022) Ajuste, encaje, ciclo, energías que varían</p>	<p>Imagen n°6 (2010) Ladrillos, encaje, azar, sostén, ubicación, mano negra, arcos y flechas</p>

- III. “TRADE OFF” ES RELACION INTERSUBJETIVA ORGANIZACIONAL. No hay palabra exacta en castellano. Movimiento de dar y recibir, intercambio de valores, a veces hay que negociar, ceder, llegar a un punto intermedio, acordar, balancear. Asimetrías: o de la empresa con más dinero o poder o del individuo con conocimiento o habilidades necesarias. Mutua “utilidad”, no siempre hay reciprocidad. (Imágenes N° 3,5,7,9)
- IV. CAMINO ES RELACION INTERSUBJETIVA ORGANIZACIONAL. En latín, “curriculum” es recorrido. Movimiento de la vida profesional como un viaje que tiene comienzo, final, dirección, sentido, dificultades, obstáculos, cansancio, etc. Hay hitos, metas individuales y organizacionales; puede ser lineal o cíclico, hay idas y vueltas. Se camina con otros, junto a otros y con la empresa o en paralelo (Imágenes N° 5,6,7,8,9).

- V. PRESION ES RELACION INTERSUBJETIVA ORGANIZACIONAL La energía individual, el peso de la tarea, el poder de la autoridad, la capacidad de la empresa de incluir o excluir, la presión sobre el individuo, la presión de los individuos sobre la empresa, tensión (Imágenes N° 1, 2, 4, 6, 7, 10 : cámara, corona, malabares, morsa de carpintería, pilas, martillo, cadena)

	
<p>Imagen n°7 (2015) Pilas, energía, balance, equilibrio, justicia Camino, recorrido</p>	<p>Imagen n°8 (05.2022) Cadena, dependencia, camino, sinuoso, recorrido</p>
	
<p>Imagen n°9 (08.2022) Camino, tiempo, obstáculos, altibajos, ¿circular o lineal?</p>	<p>Imagen n°10 (2012) Ladrillo, encaje, presión, fuerza, golpe, protección, ladrillos de sangre azul, ascenso</p>

Bibliografía

- Abril, F.M. (2011). El delito, o sobre el reconocimiento desgarrado. La lectura de Axel Honneth del Sistema de Eticidad de Hegel. *IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Dirección estable:* <https://www.aacademica.org/000-034/85>
- Durand, G. (2007). *La imaginación simbólica*. 2° ed. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Honneth, A. (2011). *La sociedad del desprecio*. Madrid: Editorial Trotta
- Lakoff, G. & Johnson. M. (2009). *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid: Ediciones Cátedra, 8° edición
- Morgan, G. (1999). *Imagin-ización: una nueva aptitud crucial para la conducción y el management en un mundo en movimiento y cambio*. Barcelona: Ediciones Granica
- Preziosa, M. (2020). Apuntes foucaultianos sobre la gestión de compliance. *Revista Del Centro De Estudios De Sociología Del Trabajo (CESOT)*, (12), 7-38. Recuperado a partir de <https://ojs.econ.uba.ar/index.php/CESOT/article/view/1709>
- Preziosa, M. (2022). "Better Call Saul!" y el deseo de reconocimiento, *Diario Perfil*, 11 de octubre, accesible en: <https://www.perfil.com/noticias/opinion/better-call-saul-y-el-deseo-de-reconocimiento.phtml>
- Preziosa, M. M. (2016a), *La mentalidad compartida en la empresa*, Buenos Aires: Editorial Teseo. URL: <https://www.teseopress.com/lamentalidadcompartida>
- Preziosa, M. M. (2016b). Imágenes de la vida organizacional [en línea]. *Revista Cultura Económica* 34(92). Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/1902>
- Preziosa, M.M. (2018) Metaphors MBA students live by @organizations [en línea]. Ponencia presentada en *Latin America Conference for Deans and Directors. Buenos Aires: Associations of MBAs, 2018*. Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/10313>
- PwC (2022). *PwC's Global Economic Crime and Fraud Survey 2022. Protecting the perimeter: The rise of external fraud*. Accesible en: <https://www.pwc.com/fraudsurvey>
- PwC Argentina (2018). *Encuesta global sobre delitos económicos. Capítulo Argentina*. Accesible en: <https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/assets/encuesta-global-sobre-delitos-economicos-argentina-2018.pdf>
- Schein, E. (1999). *The Corporate Culture Survival Guide- Sense and Nonsense About Culture Change*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.