

TRABAJO DE GRADO

PACTO SIMBÓLICO ORGANIZACIONAL, VIGENCIA Y APLICACIÓN

JUAN CAMILO ALVARÁN ZULUAGA

ASESOR TEMÁTICO: PABLO JARAMILLO ESTRADA

ASESORA METODOLÓGICA: MÓNICA HENAO CÁLAD

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN – MBA

UNIVERSIDAD EAFIT

MEDELLÍN

2013

Juan Camilo Alvarán Zuluaga
jalvaran@eafit.edu.co

Resumen

El Pacto Simbólico Organizacional es un elemento que teóricamente se encuentra presente en todo tipo de organización, incorporado en la esencia misma de las compañías, y tan real e imperceptible como el aire que se respira. La estructuración matricial elaborada por el doctor en Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca, Pablo Jaramillo Estrada, da cuenta de cómo se fundamenta el Pacto Simbólico en las organizaciones, reflejando cómo se manifiestan los cuatro pilares fundamentales presentes en toda relación humana, los cuales son Supervivencia, Reconocimiento, Sentido y Placer.

Partiendo del supuesto de que el Pacto Simbólico está presente en cualquier organización, toda vez que cualquier tipo de interacción humana propende por la satisfacción de los mencionados cuatro pilares, surgió la necesidad de validar la vigencia y aplicación del Pacto en el mundo empresarial, para lo cual se pretendió analizar una organización representativa de la región. La compañía seleccionada para realizar el análisis de vigencia y aplicación del Pacto Simbólico, fue escogida dada su amplia representación no solo a lo largo y ancho del país, sino también por su cada vez mayor presencia en ámbitos internacionales; adicionalmente es una empresa representativa de nuestro país y de nuestra región. Pero sin lugar a duda, el elemento fundamental es no sólo su trayectoria en el tiempo, sino el hecho de que en ella interactúan diariamente, dada la magnitud de la compañía, diferentes generaciones, culturas y pensamientos.

En conclusión, la motivación principal por la cual se pretendió desarrollar este trabajo investigativo, fue validar la vigencia y aplicación del Pacto Simbólico, teniendo en cuenta que los cambios generacionales y culturales podrían haber

rediseñado o simplemente destruido por completo el concepto de Pacto Simbólico tal y como fue concebido.

Palabras clave:

Pacto Simbólico

Pilares fundamentales de la interacción humana

Objeto “A” u Objeto perdido

Máxima

Abstract

The organizational Symbolic Pact is an element that theoretically is present in every kind of organization, incorporating it's self in the essence of the companies, and so real and imperceptible as the air you can breathe. The matrix structure developed by the Ph.D. in Social Science from Universidad de Salamanca, Pablo Jaramillo Estrada, shows how is based the Symbolic Pact in the organizations, reflecting how manifest the four fundamental pillars present in all the human relationships, which are Survival, Recognition, Sense and Pleasure.

Taking as a start point the assumption that the Symbolic Pact is present in any kind of organization, as it any type of human interaction pretends the satisfaction of the four pillars mentioned before; emerged the necessity of determine de validity and application of the pact in the business world, and to do so, a company that is representative in the region was analyzed. The selected company, was chosen because of his vast representation all over the country, but also because of its daily increase in international scenarios, additionally it is an iconic company in the country and also the region. Without any question, the main aspect is not only its trajectory but also that in the company, daily interact different generations, because

of that all the time are in constant interaction in the same scenario many generations, cultures and thoughts.

In conclusion, the main motivation of this investigative work, was the intention to determine the validity and application of the Symbolic Pact, considering that the generation and cultural changes could've redesigned or destroyed the entirely concept of Symbolic Pact as was conceived.

Key words:

Symbolic Pact

Fundamental Pillars in Human Interaction

Object "A" or Lost Object

Maxim

1. Introducción

En el presente documento se encuentra plasmado el sustento teórico y bibliográfico, así como los objetivos que se alcanzaron en el trabajo de grado. Aquí se podrá encontrar claramente en qué consiste el Pacto Simbólico, por qué es importante estudiarlo, cuál es su vigencia y aplicabilidad en la organización objeto del trabajo investigativo, así como los elementos claves a tener en cuenta para poder determinar su vigencia y aplicación en el mundo empresarial.

Este documento fue elaborado con el ánimo de que el lector encontrara toda la información relevante del trabajo de grado en dos segmentos fundamentales, los cuales son el Desarrollo de la idea, en donde encontrará todo el sustento teórico del objeto de estudio, así como los resultados obtenidos en el trabajo investigativo, y en el último segmento encontrará el sustento bibliográfico en la sección Referencias.

Considerando que el alcance del trabajo de grado se definió hasta la constatación de la vigencia y aplicabilidad del Pacto Simbólico, y dado que constatar es un verbo que corresponde al nivel descriptivo, se entiende que el tipo de estudio que se realizó fue de tipo descriptivo, entendiendo que los estudios descriptivos se fundamentan en la observación, y en estos no se interviene ni manipula el objeto de estudio, por consiguiente el objetivo que se pretendió alcanzar fue la identificación y descripción del fenómeno estudiado en un contexto específico.¹

¹ Estudios Descriptivos.

http://www.fuden.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/formacion%207.pdf

Los sujetos objeto de estudio fueron empleados pertenecientes a la compañía a la cual se hizo referencia anteriormente, y los criterios de selección que se utilizaron para realizar la recolección de datos consistieron en primera instancia en realizar una categorización por generaciones en la organización, y posteriormente se tomaron muestras representativas de cada generación.

Las conclusiones que se encontrarán en este documento obedecen a un trabajo de investigación riguroso, en el cual se segmentó generacionalmente una muestra de la población tomada de la organización objeto de estudio; a dicha muestra se le practicó una encuesta (**Ver anexos 1**) totalmente confidencial en la que el único dato personal que debían suministrar era su edad. Teniendo en cuenta que dicha encuesta fue previamente diseñada, cada una de las posibles opciones de respuestas estaban previamente establecidas con el objetivo fundamental de poder determinar la aplicabilidad de los cuatro pilares fundamentales en cada una de las generaciones presentes en la organización, y por último obtener un consolidado que permitió definir claramente cómo es la aplicación del Pacto Simbólico en la organización en su conjunto, es decir, definir la psiquis interna organizacional.

1.1. Situación de estudio y pregunta

La situación de estudio se desarrolla en un contexto netamente empresarial, y para que los objetivos a alcanzar fueran realmente medibles se realizó un proceso investigativo en una compañía que tiene como domicilio principal la ciudad de Medellín, pero que ejerce presencia en todo el país así como en diferentes países del mundo.

Cabe resaltar que el Pacto Simbólico es una herramienta para la alta dirección que le permite obtener una visión completa de la psiquis de su organización; con base en lo anterior, constatar su vigencia y aplicabilidad es de vital importancia.

La compañía que fue objeto de estudio se encuentra enmarcada en un contexto multigeneracional y multicultural que permite obtener un panorama mucho más amplio de la aplicación del Pacto Simbólico.

Con el ánimo de tener un mayor entendimiento del contexto social e histórico en el cual se encuentra la compañía donde se constató la vigencia y aplicabilidad del Pacto Simbólico, a continuación se presenta una pequeña reseña histórica.

La compañía es líder en una de las principales industrias de Colombia, con un alto porcentaje de participación en el mercado, ocupando los primeros lugares en su industria en América Latina, con inversiones en la región, Centroamérica, el Caribe y Norteamérica, además de realizar exportaciones a 18 países. La compañía que nace a mediados de los años 30, inició una fructífera labor de creación de empresas en diversas regiones del occidente de Colombia en asocio con inversionistas locales de cada región. Su internacionalización empieza en los años 90 con la adquisición de una compañía en la región y posteriormente establece alianzas con otras compañías para hacer inversiones en Centroamérica y el Caribe. En el año 2005 fusiona todas las compañías productoras y distribuidoras que poseía en Colombia y adquiere dos compañías en Norteamérica. En el año 2006 adquiere otra compañía en Norteamérica y fusiona sus compañías en Colombia. Igualmente adquiere los activos de otras dos compañías locales, que integra a su operación en Colombia. Para el año 2009 adquiere la totalidad de las inversiones en el Caribe. En el año 2010, realizó una inversión conjunta con otro

grupo económico del Caribe; de igual manera, a mediados del año realizó otra inversión con un grupo holandés. (Autor desconocido, 2012. Se tomó de la página web de la Compañía, se omiten lugares y fechas específicas).

Como puede verse claramente, la compañía plantea un escenario ideal para analizar la aplicabilidad del Pacto Simbólico y su vigencia organizacional, ya que no sólo es una compañía que agrupa una gran diversidad de culturas, sino que cuenta con un elemento de gran trascendencia para el objeto de estudio, y es el hecho de que es una empresa lo suficientemente madura como para agrupar diferentes colectivos generacionales, y fue precisamente este elemento el aspecto neurálgico de la investigación, ya que para poder garantizar la vigencia y aplicabilidad del Pacto Simbólico, éste tuvo que superar la prueba máxima de toda teoría fundamental, y es que sea aplicable bajo cualquier contexto; es decir, para ponerlo en términos del objeto de investigación, el Pacto es aplicable para todas las generaciones presentes en la organización, sustento que se encontrará en el desarrollo de este trabajo.

Con el ánimo de dar mayor claridad a la problemática abordada en el presente trabajo de grado, es necesario desarrollar el concepto de Pacto Simbólico, para de esta manera poder exponer con mayor claridad cómo se constató la vigencia y aplicabilidad del mismo.

El concepto Pacto Simbólico surge del trabajo investigativo que durante años ha realizado el psicólogo de la Universidad de Antioquia, doctor en Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca (España), profesor e investigador del Departamento de Organización y Gerencia de la Universidad EAFIT, el profesor Pablo Jaramillo Estrada.

Su trabajo investigativo pretendió darle respuesta a la pregunta: “¿Es posible, y hasta qué punto, establecer al interior de las organizaciones, mediante una acción concertada y consciente, una relación de trabajo instalada, más allá de la regla o de la primacía del método, en un pacto simbólico?” (Jaramillo, Año).

Para dar respuesta a la pregunta presentada en la investigación mencionada en el párrafo anterior, es necesario apoyarse en conceptos previamente abordados por autores como Norberto Bobbio, en su texto *Estado, Gobierno y Sociedad*; Joseph Campbell en *El héroe de las mil caras*, Daniel Defoe en su famoso libro *Robinson Crusoe*, Dany-Robert Dufour en *El Arte de reducir cabezas*, Michel Foucault en su texto *Sujeto y poder*, Sigmund Freud en el texto *Proyecto de una psicología científica*, Marcel Gauchet en *El Desencantamiento del mundo*, Marc Augé en uno de los textos franceses de mayor recordación llamado *Non Lieux*, Jean-Pierre Lebrun en *Un mundo sin límites*, John Locke en *Ensayo sobre el Gobierno civil*, Jean-François Lyotard en su libro *Por qué filosofar*, Charles Melman en *Lo ingobernable de la sociedad*, Juan David Nasio en *El dolor de la histeria*, y por último, el mismo Pablo Jaramillo en su texto *El tríptico del poder*²; teniendo en cuenta que ninguno de los autores mencionados ha hecho referencia directa al concepto de Pacto Simbólico en sí, salvo Jaramillo, pero sí que en sus diferentes trabajos han logrado develar el comportamiento del ser humano de tal manera que permiten retomar conceptos prácticos y reales del interactuar del hombre en la sociedad.

² Los textos mencionados pueden ser encontrados en la Biblioteca de la Universidad EAFIT así como en su base de datos virtual. También pueden ser encontradas versiones libres en la red al igual que versiones electrónicas y físicas en diferentes librerías nacionales e internacionales.

Por último, es necesario entender que el Pacto Simbólico más que un planteamiento netamente teórico, es una herramienta práctica que permite una construcción planificada en cada organización, teniendo en cuenta su contexto organizacional, y aplicando las estrategias adecuadas conforme al factor motivacional de su capital humano, por lo tanto es de vital importancia comprender y constatar su vigencia y aplicabilidad en el mundo organizacional actual, partiendo de la compañía objeto de estudio como universo recopilador, toda vez que cumple las características necesarias que permiten realizar un ejercicio investigativo que arroje como resultado la universalización de conceptos.

La pregunta a la cual se le pretendió dar respuesta en el trabajo de grado, una vez culminada la investigación en la compañía teniendo en cuenta las diferentes generaciones y culturas presentes en la misma, fue la siguiente:

¿Cómo es la aplicabilidad y vigencia del Pacto Simbólico Organizacional en la compañía?

En el presente trabajo de grado se logró satisfactoriamente darle solución al interrogante planteado inicialmente, toda vez que se logró constatar que el Pacto Simbólico está vigente en la compañía objeto de estudio, y así mismo se logró definir su aplicabilidad en cada una de las generaciones presentes en la organización y en su conjunto.

1.2. Objetivos

El alcance al cual se estableció llegar en la propuesta de trabajo de grado en relación con la situación objeto de estudio, fue la constatación de la vigencia del Pacto Simbólico y la definición de su aplicabilidad en la compañía objeto de

estudio; dicho alcance se logró obtener en el desarrollo del trabajo de grado toda vez que los objetivos alcanzados se enmarcan en el alcance previamente establecido.

Con el ánimo de dar un adecuado cumplimiento del objetivo general, se plantearon previamente los siguientes objetivos específicos a los cuales se les dio cumplimiento.

- A. Se categorizaron las generaciones presentes en la organización objeto de estudio, definiendo así tres grupos fundamentales sobre los cuales se aplicó una encuesta previamente diseñada. Las categorías identificadas fueron:
 - Categoría 1: De 20 a 30 años.
 - Categoría 2: De 30 a 40 años.
 - Categoría 3: De 40 a 50 años.
- B. Se logró describir la aplicabilidad del Pacto Simbólico en cada una de las generaciones, definiendo así los cuatro pilares fundamentales correspondientes a cada generación, y su aplicabilidad.
- C. Se explicaron las diferencias que se presentan en la aplicación del Pacto Simbólico en cada una de las generaciones que fueron identificadas.

1.3. Justificación del trabajo

Durante las diferentes asignaturas vistas a través de la maestría, se ha hecho un especial énfasis en comprender que la alta dirección se encuentra en una constante encrucijada a la hora de determinar qué acciones debe seguir cuando se trata de tomar decisiones que afectan directamente el ambiente organizacional de las compañías, por lo tanto es fundamental suministrarle a la dirección herramientas que le permitan tomar decisiones sustentadas cada vez más en

información no sólo más acertada sino a su vez información basada en hechos reales y no en simples teorías, y que en la mayoría de los casos obedecen a culturas organizacionales de compañías ubicadas en contextos muy distintos al colombiano.

En asignaturas como Principios de Dirección se puede vislumbrar claramente que la alta dirección tiene la compleja tarea de gerenciar diferentes tipos de personas, con pensamientos y comportamientos diferentes, y por lo tanto sus políticas y directrices deben apuntarle a la dirección y manejo de dichas mentes que en ocasiones son totalmente opuestas.

Luego nos encontramos con asignaturas como Gestión del Desarrollo Humano, y allí identificamos cómo la razón de ser de una organización es su talento humano, y si la dirección de la compañía no cuenta con las herramientas necesarias, nunca podrá gerenciar el talento obtenido o generado en el interior de la organización.

El Pacto Simbólico es un elemento trascendental a tener en cuenta con relación al factor humano de las organizaciones actuales, pues más que un concepto teórico es una herramienta de dirección, ya que no sólo refleja cuáles son los verdaderos pilares motivacionales de la organización en su conjunto sino que le brinda a la alta dirección información de vital importancia y trascendencia en cuanto al ambiente organizacional.

Es por lo anterior que una teoría tan revolucionaria y práctica como lo es el Pacto Simbólico presentado en la estructura matricial diseñada por el profesor Pablo Jaramillo, cobra cada vez más y más vigencia, puesto que esta herramienta nos permite abrir una ventana en la cual se puede vislumbrar por completo la psiquis de la organización.

Con el surgimiento del Pacto Simbólico nace la necesidad que se planteó en la propuesta de trabajo de grado: validar su vigencia para poder potencializar su real aplicabilidad, es decir, se hizo necesario en primera instancia constatar que el Pacto Simbólico era vigente en las organizaciones para posteriormente poder demostrar todas sus aplicabilidades en el mundo de la alta gerencia y dirección organizacional, y son justamente dichos planteamientos los que se desarrollaron en el presente trabajo de grado.

1.4. Contenido del informe

El informe final del trabajo de grado está compuesto por un modelo de la encuesta utilizada para realizar el trabajo investigativo; dicho modelo contiene un texto que explica detalladamente cuál fue la metodología utilizada para realizar la selección de la muestra de la población sobre la cual se practicó la encuesta, así como una breve explicación de la encuesta misma. Durante el proceso de levante de la información se realizaron 90 encuestas, las cuales se anexan a este documento.

El informe final también lo compone un texto en el cual se realizó el análisis de cada una de las generaciones así como el consolidado de la compañía, y un texto adicional que presenta la potencialidad del Pacto Simbólico como herramienta para la alta dirección, invitando al lector del trabajo a trascender en su análisis sobre el trabajo mismo.

2. Marco conceptual asociado al Pacto Simbólico

El ser humano, máxima expresión y representación de una eterna e insaciable insatisfacción interna, que sólo busca saciar sus más profundos deseos, pero que en su afán de placer, como el niño a la madre, sólo encuentra en el grito, aquella impotencia acompañada de dolor y llanto desgarrador, la única manera de manifestar su tristeza por aquel objeto perdido, el cual regirá su vida en una constante búsqueda de él, pero que para su cruel realidad, sólo lo hallará en el lecho de su muerte, junto a su último exhalar, verá la luz extasiado sabiendo que por fin recobró sentido una vida que nunca la tuvo, y hoy dice adiós.

Todas las interacciones humanas se rigen por cuatro pilares fundamentales, cuatro pilares que representan los cimientos de la psiquis humana y que son el reflejo de la complejidad del hombre como ser pensante, ya que los cuatro pilares, Reconocimiento, Sentido, Supervivencia y Placer, no son nada distinto al eterno karma que natura nos obliga a cargar en nuestras vidas como castigo por haberle abandonado.

El Pacto Simbólico se sumerge en lo profundo de la dimensión interna del sujeto, en su juego de economía psíquica entre las instancias yoica, superyoica e inconsciente, como en sus planos relacionales, con el semejante en su intimidad, en las relaciones de trabajo en la organización, en la arena pública donde lo político se desenvuelve, incluso en el campo del nuevo Rey, del nuevo Imperio: el mercado global.

En toda organización puede afirmarse que está presente, puesto que si no existiese una confianza mínima, la organización nacería muerta. En este sentido Melman hace el siguiente planteamiento:

Si hago un trato contigo no es porque desconozca tus miserias humanas, soy consciente de las mismas y sé que puedo esperar una agresión, un despojo u otra dificultad análoga, pero, sin embargo, decido apostar, confiar, sembrar la semilla de un pacto (Melman, 2002).

Melman denomina dicho pacto de una vez simbólico, pero que en últimas no trascenderá, no será nada, no crecerá una planta de la semilla, si no es ratificada, regada, abonada, cuidada, graduada su temperatura, podada de vez en cuando, etc. El Pacto Simbólico se vislumbra al comienzo de toda relación, y en esa medida se puede afirmar que existe de algún modo, incipiente en toda organización; lo cual cuestionaría la constatación misma del pacto, es decir, requiere de su ratificación, de su confirmación, cual niño cristiano que es bautizado y luego confirmado en “edad de razón”. La matriz del Pacto Simbólico desarrollada por Jaramillo encuentra aquí su lugar exacto, tanto en la teoría así como en su eventual implementación; ella narra la historia siempre posible de esa implementación, para la consolidación del mencionado Pacto. Explica lo que ha de suceder, en los momentos diferenciados de la dominación, la aglutinación, la colectivización, hasta la ratificación del clima marcado por la reciprocidad en todos los campos posibles.

Sentido

En palabras de Freud, “el nacimiento de la comunicación humana, en buena medida, depende de las satisfacciones o descargas obligadas de la necesidad” (Freud, 1980); sin embargo, más allá que una necesidad básica, la comunicación

obedece a una necesidad de Sentido que el ser humano, desde sus primeros instantes de vida reclama, y es el derecho a dejar atrás al mundo natural del cual proviene, y exigir su derecho divino cual Alejandro a las orillas del Nilo, a ser coronado en el mundo del lenguaje, el cual se consume con las tiernas y dulces palabras de la madre, al decir: “Hijo, no llores”.

Aterrizando el concepto de Sentido al mundo organizacional, se entiende que siendo “X” el empleado y “Y” el empleador, “Y” pretenderá satisfacer la necesidad de Sentido de “X”, ofreciéndole la certidumbre que necesita, es decir, la certeza que brinda el tener un trabajo claramente establecido y gratificante; en pocas palabras, el empleador le brinda un porqué al empleado, y para ello exigirá obediencia por parte del mismo como contraprestación.

En definitiva, el Sentido se ve reflejado en la organización en cuanto a la certidumbre, la obediencia, visión del líder, dialéctica del sentido, por lo tanto no será posible que el consumidor, cliente, mercado, sociedad, entre otros usuarios, descalifique la marca por carecer de fuerza en la innovación permanente, generando así un impacto interno en la organización que afectará directamente el campo social.

Reconocimiento

“Te llamaré Viernes” (Defoe, 1719). No hay mejor manera de ejemplificar el Reconocimiento que con la cita presentada al inicio del párrafo, puesto que en esas tres palabras se sintetiza la necesidad humana de ser reconocido.

La madre le pide al niño que deje de llorar y de esta manera lo saca del mundo de natura y lo incorpora al mundo del lenguaje, sin embargo, paso seguido, la madre

le asigna un nombre y le dice “Juan, no llores”, dándole así el reconocimiento que el niño demanda como ser único en este nuevo mundo.

Cuando se hace referencia al Reconocimiento, se entiende que siendo “X” el empleado y “Y” el empleador, “Y” pretenderá satisfacer la necesidad de Reconocimiento de “X”, ofreciéndole identidad, es decir, reconociéndolo como un integrante importante para la organización, y para ello exigirá como contraprestación adaptación al lugar de trabajo de parte del empleado.

En definitiva, con relación el Reconocimiento, si se hacen bien las cosas en la organización, si se trabaja bien el tema en cuanto a la identidad misma, en su juego con la necesaria adaptación a la cultura de la empresa, si el líder potencia a las personas y se teje al fin un espacio de franco reconocimiento en la reciprocidad más fina, es evidente que la sensación e imagen proyectada al medio será la de una empresa con cotas altas de servicio, factor preponderante para la competitividad en el mercado actual.

Supervivencia

El niño llora, y la madre sabe que en su interior fluye cual río de vida el elixir mágico que garantiza la subsistencia de la criatura, que reclama como suyo el derecho a vivir; y es justo en aquel mágico momento en el que los tiernos labios del infante rozan suavemente los pezones de su madre, que se demarca el oscuro camino a lo insaciable, y el niño cierra sus ojos con la tranquilidad de saber que su vida ha sido garantizada, pero con la eterna incertidumbre de que nunca jamás encontrará vínculo alguno que le permita cerrar sus ojos en paz.

La madre garantiza la supervivencia del niño, y al mismo tiempo lo condena a la eterna búsqueda de la inmortalidad, búsqueda que por causas de la realidad humana nunca culminará exitosamente, pero que sí demarcará la existencia de la criatura.

El mismo Lyotard se pregunta, “¿Por qué desear? ... ¿Por qué existe por doquier el movimiento de lo uno que busca lo otro?” (Lyotard, 1994). La respuesta más lógica a dicho planteamiento es que esa es la esencia humana, justamente el desear lo indeseable es nuestra razón de ser.

Cuando se hace referencia a la Supervivencia en términos organizacionales, se entiende que siendo “X” el empleado y “Y” el empleador, “Y” pretenderá satisfacer la necesidad de Supervivencia de “X”, ofreciéndole seguridad, es decir, la seguridad que ofrece el tener un trabajo estable, y para ello exigirá como contraprestación unos resultados específicos por parte del mismo.

Placer

El ser humano, hedonista, narcisista, fiera insaciable que busca satisfacer a toda costa sus placeres más oscuros, cruel perverso devorador de sensaciones, inocente pequeño que se pasa la vida en búsqueda del placer absoluto que sólo tuvo por un instante y que voló para nunca jamás regresar.

La madre saca a su hijo de natura, dándole Sentido, luego le asigna un nombre dándole así Reconocimiento, posteriormente le da de comer, asegurando así su Supervivencia, para luego entregarlo al éxtasis del Placer una vez sienta la satisfacción plena de haber quedado satisfecho.

El placer es sufrimiento, un sufrimiento mórbido y psicótico que nos aleja de la realidad y nos transporta al mágico mundo de lo irreal, corriendo el riesgo de perder las nociones de lo real y lo imaginario, sumergiéndonos en un eterno elixir fantástico que nunca jamás existió.

Sufrir neuróticamente de modo obsesivo es sufrir conscientemente en el pensamiento, o sea desplazar el goce inconsciente e intolerable hacia el sufrimiento del pensar. Sufrir de modo fóbico es sufrir conscientemente el mundo que nos rodea, o sea proyectar hacia afuera, al mundo exterior, el goce inconsciente e intolerable y cristalizarlo en un elemento del medio externo, transformado ahora en el elemento amenazador de la fobia. Por último, sufrir de modo histérico es sufrir conscientemente el cuerpo, o sea convertir el goce inconsciente e intolerable en sufrimiento corporal. En una palabra, el goce intolerable se convierte en trastornos del cuerpo en el caso de la histeria, se desplaza como alteración del pensamiento en la obsesión, y se expulsa, para retornar de inmediato como peligro exterior, en la fobia (Nasio, 2001).

Por último, cuando se hace referencia al Placer en términos organizacionales, se entiende que siendo “X” el empleado y “Y” el empleador, “Y” pretenderá satisfacer la necesidad de Placer de “X”, ofreciéndole bienestar, y para ello exigirá como contraprestación por parte del mismo aplazamiento y renuncia de otros placeres.

En definitiva en el terreno del placer, si se hacen bien las cosas en la organización en el movimiento pendular entre bienestar, aplazamiento y renunciaciones, si el líder es un ejemplo de contención sin caídas en la desmesura y así se teje un espacio en el que cada uno logra reunir —en cierta medida, en lo posible al menos— su deseo, sus intereses, con los de su trabajo y los del colectivo que los reúne, entonces sin duda, la compañía transmitirá confianza al usuario.

Pacto Simbólico

Supervivencia, Sentido, Reconocimiento y Placer, los cuatro pilares fundamentales de cualquier relación humana, estructuran el Pacto Simbólico, obteniendo así una visión clara del funcionamiento de la psiquis del hombre, y dando lugar al concepto de mayor complejidad del proyecto investigativo como la esencia del relacionamiento mismo de cada ser humano.

Fruto del trabajo investigativo surge un cuestionamiento etimológico de si el Pacto Simbólico, se considera una identidad histórica, y así mismo está sometido a variaciones específicas de tipo coyuntural, o por el contrario cobra vida en un escenario psicoanalítico absolutamente estructural, es decir en esencia independiente a factores externos tales como elementos históricos, políticos, sociales y culturales.

Algunos autores piensan que la sociedad posmoderna, fruto de cientos de años de depravación y autodestrucción, ha perdido toda posibilidad de retorno de lo humano, ingresando para nunca jamás volver a los nueve círculos del infierno de Dante³, un mundo netamente material, en el que la economía, cual Apolo en el oráculo de Delfos⁴, mueve los delgados hilos del destino del hombre.

Es necesario tener claro que cada pilar tiene una máxima, un imposible utópico que sin embargo estructura la vida del hombre como ser pensante, ya que lo impulsa a buscar lo inexistente, puesto que cada una de las máximas utópicas que

³ La divina comedia de Dante, publicada en el año 1304 D.C.

⁴ Gran recinto sagrado dedicado principalmente al dios Apolo que tenía en el centro su gran templo, al que acudían los griegos para preguntar a los dioses sobre cuestiones inquietantes.

Grimal, Pierre (1986). *Diccionario de mitología griega y romana*. Buenos Aires: Paidós.

todo ser humano se pasa la vida buscando para nunca encontrar, hacen parte del objeto perdido que extraviarnos en el preciso instante de nuestro nacimiento.

Supervivencia – Inmortalidad, Sentido – Verdad absoluta, Reconocimiento – Ser único, Placer – Éxtasis Supremo, todos y cada uno imposibles de alcanzar, pero tan reales en nuestras mentes como nuestra vida misma, hasta el punto tal de llegar a limitarla a un simple vehículo de constante búsqueda de felicidad, cuando la felicidad la perdimos desde el mismo instante de la concepción, y sólo la volveremos a alcanzar cuando el último soplo de vida desaparezca ante el susurro del silencio.

Hasta el día de hoy ningún autor ha expuesto posición alguna sobre el trabajo investigativo de Jaramillo, al menos en el sentido en el cual éste lo concibió. Charles Melman, psicoanalista francés, en una conferencia realizada en Quito (Ecuador), señala que la relación de gobernabilidad será posible allí donde este Pacto tenga lugar, pero se trata de un pacto en la sombra, un pacto que nace, se reproduce y muere en lo más profundo de la lógica psíquica de cada individuo; es por ello que podría considerarse un poco arriesgado constatar la vigencia del Pacto, ya que si su naturaleza corresponde a la lógica psíquica, sería como constatar la vigencia del aparato respiratorio, o del aparato fonador o reproductor en el hombre. Por lo tanto en primera instancia podría no ser un asunto de vigencia, sino en tal caso, de su funcionalidad, de estar sano y desenvolviéndose en su papel como la estructura corporal reclama. Sin embargo, contemplando los planteamientos previamente mencionados con relación al camino sin retorno que ha tomado la humanidad, se hace necesario validar la vigencia del Pacto toda vez que la involución social y cultural que refleja el hombre posmoderno podría poner

en duda la existencia del Pacto mismo, y, cual seres prehistóricos, estar analizando la psiquis de individuos en vía a extinción.

¿Y los cambios culturales y generacionales, qué efectos conllevan?, sería una pregunta lógica cuando constatar vigencia es la máxima, por lo tanto surgen cuestionamientos tales como: ¿Se ve modificado el orden y anudamiento de los elementos estructurales en el esquema matricial del Pacto Simbólico? ¿Qué nuevos elementos vienen a sustituir los elementos de la matriz? ¿El joven, el adulto, el viejo, el haitiano, el panameño, el de Santa Bárbara no es movido por el profundo deseo de supervivencia? ¿El sentido no existe para ellos, o quizás creen tenerlo resuelto y la errática insistencia del pensar, del filosofar, del quehacer científico, o el simple interés de conocer su oficio, se ha detenido de repente en una suerte de burbuja generacional cultural? En igual dirección, ¿son invulnerables al tema del reconocimiento, en el plano afectivo, en lo político, incluso en el efecto de marca e imagen corporativa en el mundo del negocio?, y ¿qué les ocurre con el placer? ¿Son ascetas eternos, iniciados del Nirvana⁵?

Por lo anterior, es necesario tener claridad que el constante interactuar de los componentes estructurales genera variaciones, es apenas lógico, por lo tanto si se lograra determinar nuevos elementos que derrumbaran la aparentemente sólida certeza de los cuatro pilares, es decir, demostrar con rigor que una cultura o una generación carece de pulsión de vida, que cultivan la muerte con fanatismo, al punto que la supervivencia no califica en sus haberes ancestrales, o que un grupo cultural o un colectivo generacional ha renunciado o nunca ha conocido la

⁵ Estado de liberación tanto del sufrimiento (dukkha) como del ciclo de renacimientos.

Es un concepto importante en el hinduismo, jainismo y budismo y suele alcanzarse mediante diferentes prácticas y técnicas espirituales.

Harvey, Peter (1998). El budismo. Madrid: Cambridge University Press.

recurrencia a construir sistemas de representación que les den sentidos, balsas para navegar en los mares de lo real; que nombran algo una vez lo han visto, palpado, sentido, percibido por cualquier medio, sólo al haberlo vivido, en un presente eterno, en un no-tiempo (Augé, 1995), sin perspectiva de pasado ni de futuro, en una inmediatez iluminada como el místico en su trance; que ignora el anudamiento fatal al otro que aunque quiera evitarse las dificultades del afecto, del reconocimiento que le mantienen atado a tierra, o invulnerable al placer, viable en la medida en que el capitalismo en esencia se explica como el tiempo de la promesa del goce irrestricto, sin límites, de la omnipotencia del circuito producción-consumo.

El placer en teoría es una descarga, y como tal presupone un tiempo de acumulación emocional, de carga de una energía pulsional que implica el reconocimiento de límites, de la alternancia entre el deseo y su descarga y realización. El goce escapa a su rítmica y se instala en un plano abstracto que promete sostener sobre los hombros del Atlas financiero, dudoso planteamiento ya que el hombrecito posmoderno, a pesar de los heroísmos del sistema, corre presuroso a los brazos de toda suerte de gurús, pastores y guías de medio pelo y sospechosa condición, ansioso esquizofrénico procurándose nuevas formas de placer. El canibalismo por ejemplo, cada vez más recurrente, síntoma inequívoco de la ausencia de significantes invocables para el intercambio y el reconocimiento. Si solo queda la presentación sin re-presentación, entonces para establecer contacto sólo me queda comerme al otro, o dejarme comer de él. No hay ya en nombre de qué comunicarnos, naciones de mayor fuerza económica haciendo una guerra invisible por hacer reconocer su cultura, sus valores, sus ideales, el japonés renuncia a sus rituales, las niñas suicidas de Basora renuncian a la

inmolación pues ya no les funciona el nombre de Alá como antes (Jaramillo, 2013).

Resumiendo, la recompensa por construir pacientemente el Pacto Simbólico será poner cuatro estrellas al logo de la compañía: respaldo, innovación, servicio y confianza, pero ya no en un simple ejercicio de retórica publicitaria, bullosa y difícil de asimilar por la gente, sino en un hecho cumplido que dará solidez a la empresa. Este sería el punto de encuentro, el ajuste entre las diferentes lógicas arriba mencionadas, la psíquica, la política y la de mercado.

En definitiva, y a modo de conclusión, el Pacto Simbólico y su constatación de vigencia y aplicabilidad, debe concluir en las cuatro máximas gerenciales de los pilares fundamentales, que son aquellas utopías psíquicas pero que en la práctica gerencial son perfectamente alcanzables, concluyendo que el Pacto Simbólico final garantiza una “Acción Colectiva, Dialéctica del Sentido, Reciprocidad y Deseo de Trabajo” (Jaramillo, 2009), entendiendo que la organización al igual que el hombre, son sujetos de poder movidos por las mismas voluntades.

2.1. Aspectos metodológicos desarrollados en el trabajo de grado

Con el ánimo de poder abarcar la mayor cantidad posible de población en cada una de las generaciones, y que el proceso de análisis de la información obtenida fuera lo más eficiente posible, se diseñó una encuesta única de tan sólo cuatro preguntas, pero dichas preguntas estaban elaboradas de tal manera que permitían determinar el nivel de presencia de los cuatro pilares fundamentales (Supervivencia, Sentido, Reconocimiento y Placer) en cada una de las personas encuestadas. Las encuestas no tenían ningún tipo de referencia como nombre o cargo, pero sí se le pidió a cada una de las personas encuestadas que escribieran

su edad, con el fin de poder clasificar posteriormente a la persona en uno de los grupos generacionales.

Previo al proceso de realización de encuestas, se definió una muestra de la población de 90 individuos a los cuales se les practicó la encuesta; en dicha muestra estaban inmersos representantes de las tres generaciones, toda vez que era fundamental con el fin de poder constatar la vigencia del pacto en todas ellas y lograr identificar las diferencias que se presentan con relación al Pacto Simbólico en cada una.

La técnica seleccionada obedece al interés de que los resultados obtenidos tuvieran un nivel de confianza mayor, dado que es la que permite obtener mayor sinceridad por parte de las personas objeto de estudio, y a su vez facilita el análisis de la información recolectada.

2.2. Presentación y análisis de resultados

2.2.1. Análisis del Pacto Simbólico por generaciones

Rango 1 (20 – 30 años)

La encuesta elaborada por las personas pertenecientes a este rango, arrojó los siguientes resultados:

1. Reconocimiento
2. Placer
3. Sentido
4. Supervivencia

Los resultados reflejan que los individuos encuestados ubicados en este rango presentan una marcada tendencia a que su principal motivación sea el reconocimiento, es decir, son personas que están en una constante búsqueda de identidad, por lo tanto pretenden ser reconocidos como integrantes importantes en el interior de la organización. Contextualizado en una tipología psicoanalítica, estos individuos se ubicarían en la categoría de servidumbre transitoria, entendiendo por tal la postura psíquica de quien espera ascender jerárquica y técnicamente, en posición y en dominio de un área de conocimiento; dicho ascender implica crecimiento en el interior de la compañía, o un salto triunfante a la independencia.

Así mismo, para estos individuos una motivación fundamental es el bienestar que la compañía les pueda ofrecer, es decir, están dispuestos a aplazar placeres propios en la medida en que la organización esté en la capacidad de satisfacerles nuevos placeres, tales como flexibilidad en sus horarios. Fruto del análisis se identifica que este tipo de individuos no presentan una marcada tendencia a

cuestionar el por qué hacen algo, es decir, cuando se les asigna una determinada tarea o responsabilidad no tienden a cuestionar el porqué de la misma, lo cual indica que su posición jerárquica en la organización no es muy alta; catalogando lo anterior como un afecto a la certidumbre, posición neta en el campo del sentido, y de paso se perfila una construcción de identidad-función, quedando la incógnita de quién es el personaje oculto tras la cortina de humo de su tarea, rol o función.

Así mismo, no presentan una alta dependencia a la remuneración, bien sea por su corta edad, y por ende no tienen en su mayoría personas por quién responder, o porque el nivel socioeconómico de sus familias es elevado y les permite no sentir dependencia económica de la compañía, por lo tanto los incentivos económicos no generarán un resultado satisfactorio a la hora de persuadir su comportamiento ni para retenerlos en la compañía. Es necesario contemplar que el factor higiénico del dinero en algunas teorías motivacionales no es razón suficiente para lograr motivación, teniendo en cuenta que incluso en algunos sectores de obreros y operarios se aprecia lo mismo, y cual metáfora dionisiaca, en una casa viven 18 de ellos, y en cada momento hay de 8 a 9 con empleo, por lo tanto si uno es despedido no pasa nada, “más agua al sancocho”, manifiesta el operario habitante del Barrio Antioquia.

El análisis nos permite identificar que son personas jóvenes con una carrera profesional en ascenso, por lo tanto sus niveles de ambición profesional son altos, lo cual puede desencadenar en una pérdida de valores que los lleven a asumir actuaciones poco éticas, sustentados solamente en su profundo deseo de ser exitosos, midiendo su triunfo en falsos ídolos rodeados de promesas insatisfechas, sueños de dinero, posición, nombre, reconocimiento, placeres, exhibición;

transformando su mundo de hipocresías hasta olvidarse de todo lo demás, hasta de la muerte y del amor.

Es necesario que la compañía tenga en cuenta que el mal manejo del reconocimiento puede desencadenar en un deterioro del ambiente organizacional, generando consecuencias negativas para la compañía en elementos neurálgicos como una disminución en los niveles de desempeño, migración de capital humano talentoso, e incluso deterioro del valor interno de la compañía.

El objetivo final de la alta dirección, no debe ser un reconocimiento parcializado, es decir, que se encuentre sustentado en las relaciones interpersonales, ni mucho menos un reconocimiento masificado, sin la necesidad de una actuación previa que amerite ser reconocida, ya que eliminaría el reconocimiento como un pilar fundamental, puesto que dejaría de ser anhelado, y por ende perecería en la psiquis del individuo. El reconocimiento adecuado debe ser un reconocimiento humanizado, es decir, sin sesgos ni preferencias personales, sin prejuicios ni intereses individuales; debe ser un reconocimiento justo, que pretenda exaltar actuaciones acertadas y que genere en el individuo reconocido la satisfacción del deber cumplido, pero así mismo motive a sus pares a tomar las acciones necesarias para ser reconocidos igualmente, pero todo enmarcado en un contexto de justicia, de valores y sobre todo de calidad humana.

En conclusión, para este rango la manera como la organización logrará generar vinculación será ofreciéndole a los individuos una identidad, reconocerlos como seres únicos en la organización, pero su reconocimiento no sólo podrá estar sustentado en sus capacidades profesionales, sino también en su calidad humana, de tal manera que en la psiquis de la organización se establezca un mensaje claro

y profundo, donde el conjunto del capital humano de la compañía interiorice claramente que el éxito profesional en la misma no sólo depende de las habilidades diplomáticas ni intelectuales de los individuos, sino en su calidad humana y ética.

Tal y como se presentó en el Marco de referencia conceptual, la mejor manera de definir este rango es con la palabra **RECONOCIMIENTO**, y la mejor manera de entender el reconocimiento es apelando a la metáfora del infante que llora, y que su madre en su afán inicuo de introducir al niño en un mundo de humos y espejos llamado lenguaje, le dice “Juan, no llores”, sin saber que así lo está condenando por el resto de su vida a demostrarle al mundo entero que es un ser único.

“Te llamaré Viernes” (Defoe, 1719) dice Robinson, “Juan, no llores” dice la madre, te necesitamos dice la organización, una doble colusión que todos estamos dispuestos a aceptar con el único fin de ser reconocidos como seres únicos e indispensables en la compañía.

Rango 2 (30 – 40 años)

La encuesta elaborada por las personas pertenecientes a este rango, arrojó los siguientes resultados:

1. Supervivencia
2. Placer
3. Reconocimiento
4. Sentido

Los resultados obtenidos reflejan que los individuos de este rango son personas con mayor madurez en el mundo laboral, reflejo de esto es que su afán de

reconocimiento pasa a un segundo plano, develando así que son individuos que se encuentran en un nivel superior en la compañía con relación al Rango 1. Su marcada tendencia a que su principal motivación sea la Supervivencia, da cuenta de que en su vida personal son individuos que se preocupan por su futuro económico dado que en su mayoría han formado un hogar, lo cual los lleva a considerar elementos externos que anteriormente no existían. Así mismo, al tener familias se vuelve un elemento fundamental el poder compartir con ellas, por lo tanto un trabajo que les permita tener flexibilidad en sus horarios es de vital importancia para ellos.

Aunque son individuos que ostentan un cargo superior en la organización, aún son individuos altamente dependientes en su actuar en la compañía, por lo tanto la relevancia que tiene para ellos el saber por qué hacen las diferentes tareas o asignaciones que se le encomiendan es baja; adicionalmente son personas que en su mayoría se encuentran totalmente adoctrinadas por la organización en sí misma.

En definitiva, los individuos pertenecientes a este Rango 2, son personas que cuestionan poco o nada a sus superiores, fruto esto de años de adoctrinamiento en la compañía; adicionalmente su vinculación con la organización está sustentada en la estabilidad económica que la misma le brinda, ya que es precisamente en ésta en la cual sustenta el futuro económico propio y de su familia. En la tipología desarrollada se acerca este personaje a la figura de la servidumbre voluntaria, específicamente en la psicología del creyente, pero un creyente opaco, sin divinidad, un pequeño idólatra de su estabilidad y visibilidad social y familiar.

La compañía debe considerar que el elemento económico es un aspecto neurálgico para los individuos pertenecientes a este rango, por lo tanto el manejo que se le dé exige de un análisis previo realizado con gran profundidad, toda vez que la fuga de talentos en estos niveles implica para cualquier compañía un gran esfuerzo económico y organizacional para suplirlos; es por ello que las políticas de remuneración a este tipo de niveles deben estar pensadas desde sus inicios en la retención del individuo, es decir, que los motivos que lleven al individuo a querer dejar la compañía sean distintos a la parte económica, ya que es mediante ésta que la compañía podrá ejercer mayor presión sobre la psiquis del individuo.

En conclusión, para este rango la manera como la organización logrará generar vinculación, será ofreciéndole a los individuos una estabilidad económica suficiente que le permita no sólo ofrecerle estabilidad a su familia, sino que a su vez adquiera una actitud renuente al cambio, es decir, que la relación de vinculación trascienda al individuo y llegue hasta el seno de su hogar, de tal manera que se establezca una relación tan fuerte en la familia y la compañía que el vínculo no lo pueda romper una propuesta económica mayor. Así mismo se deberá tener en cuenta que la vinculación de la familia no se logrará únicamente a través de la remuneración que reciba el individuo, sino también a través de una flexibilidad en sus horarios, de tal manera que el individuo no sólo pueda ofrecer en su hogar cada vez un mayor nivel de vida, sino de igual manera que cada vez se incremente la calidad de vida de su familia.

En la actualidad empresarial colombiana, en este rango de edad la mejor manera de ejemplificar y materializar las características de este individuo se puede representar en mujeres ejecutivas solteras, que leen revistas de avión, una empleada de confianza que les ayuda en sus hogares, eventualmente un perrito, y

uno que otro amante ocasional y furtivo en la mayoría de ocasiones. En el presente texto no hay ningún tipo de intención de criticarlas, ni mucho menos moralizar sobre el tema, pues simplemente es una opción más de vida, pero sí es necesario analizar más a fondo el nivel de elección de la situación. ¿Esta persona ha optado por el estilo de vida que lleva, o simplemente la arrastró el flujo de los acontecimientos y cuando acordó, ya estaba próxima a la cuarentena, sola, sin hijos, sin maternidad realizada, y lo peor aún, de cama en cama sin saber si esa es su elección afectiva o si se trata de una nueva imposición que le hace la circunstancia y la soledad.

Hay que tener en cuenta que tal como se plasmó en el Marco de referencia conceptual, en la metáfora del niño que llora, la madre sabe que en su interior fluye cual río de vida el elixir mágico que garantiza la subsistencia de la criatura, que reclama como suyo el derecho a vivir; y es justo en aquel mágico momento en el que los tiernos labios del infante rozan suavemente los pezones de su madre, que se demarca el oscuro camino a lo insaciable, y el niño cierra sus ojos con la tranquilidad de saber que su vida ha sido garantizada, pero con la eterna incertidumbre que nunca jamás encontrará vínculo alguno que le permita cerrar sus ojos en paz.

Recordemos la pregunta que se hace Lyotard: “¿Por qué desear? ... ¿Por qué existe por doquier el movimiento de lo uno que busca lo otro?” (Lyotard, 1994), la respuesta más lógica a dicho planteamiento es que esa es la esencia humana, justamente el desear lo indeseable (inalcanzable) nuestra razón de ser, por lo tanto el niño desea el pecho de su madre, porque está tatuado en su código genético de millones de años de evolución que en ella encontrará la seguridad que anhela, y ella asegurará su supervivencia, de igual manera la compañía debe

tatuar en la psiquis del individuo que es en ella, la compañía, cual madre celosa y protectora de su hijo, donde encontrará la seguridad que tanto anhela, y como Edipo de Yocasta⁶, enamorarse perdidamente.

En cuanto la compañía enamore al individuo, embriague su mundo de soledad e insatisfacción, su mundo de miedos e incertidumbre, lo transporte de su triste y desgarrador abismo de sueños rotos y le brinde la seguridad que sólo una madre puede ofrecer, generará la vinculación necesaria que permitirá no sólo incrementar la vinculación del individuo, sino de igual manera incrementar su rendimiento en cuanto más que una relación de contraprestación se convierte en una relación de dependencia, donde su hijo lucha constantemente por no defraudar a su madre.

Propuesta de algo que podría llamarse entonces una relación maternal, el vínculo del *maternaje*, o la empresa nodriza, para lo cual se referencia a la matriz desarrollada por Jaramillo, donde en la columna de (Y), lo que el trabajador demanda es justamente una empresa nodriza; sin embargo, en palabras de su creador, “he pensado que esto sería riesgoso, difícil de sostener, de excesiva dependencia con los abismos del desencanto rondando permanentemente”

⁶ Tragedia griega de Sófocles, de fecha desconocida. Algunos indicios sugieren que pudo ser escrita en los años posteriores a 430 a. C. Aunque la tetralogía de la que formaba parte (de la que se han perdido las demás obras) solo logró el segundo puesto en el agón dramático, muchos consideran *Edipo rey* la obra maestra de Sófocles. Entre ellos, Aristóteles, que la analiza en la *Poética*. La obra nos presenta a Edipo en su momento de mayor esplendor, como rey de Tebas y esposo de Yocasta. Para salvar a la ciudad, comienza a investigar la muerte del rey anterior, Layo. Poco a poco se descubre la verdad: Edipo es el asesino que busca, Layo era su padre, y su esposa, Yocasta, es al mismo tiempo su madre. Yocasta se suicida y Edipo, tras cegarse a sí mismo, pide a su cuñado Creonte que le deje partir al destierro y se quede con sus dos hijas, ya que sus dos hijos son hombres y sabrán cómo actuar. Pallí Bonet, Julio (1988): Sófocles. Tragedias completas. Traducción, Barcelona: Ediciones B.

(Jaramillo, Año). Así entonces, se busca equilibrar la situación, ¿cómo? Invitando a la función paterna a que intervenga y ejerza de factor limitante, regulador, que aterrice y modere las expectativas mutuas, que haga entender a lo maternal que lo imposible no tendrá lugar salvo en la fantasía extrema, y que su perseverancia no conduce sino a la muerte o a la locura. Esta función paterna, señalada en la matriz en la columna (X) la dirección, el gobernante, el amo, el padre, en palabras de Jaramillo:

[...] ofrece, pone, exige, solicita, potencia, permite que los condicionales operen/funcionen en la conciencia de todos, para saber que la relación debe estar mediada por la ley, por una ley, por una instancia reguladora, que evita, reprime, exorciza, transforma los ideales incumplibles en colaboración de unas partes que tarde o temprano tendrán que comprender –por fuerza de los acontecimientos mismos– que todo no se puede, que se vive en medio de las conquistas siempre parciales, y que, en asocio, en colaboración con el otro, pueden suceder dos cosas: o ganamos más los dos, o bien, el vínculo referencial con el otro, saludable en alto grado, hace que renunciemos espontáneamente a las pretensiones a menudo absurdas de la ambición posmoderna (inmortalidad, dogma de mercado, individualismo solitario/canibalesco y goce del fetiche y la mercancía transformada en eso, un fetiche fálico, pretendido tapón imaginario de la falta.) (Jaramillo, 2013).

Los economistas hablaban de valor de uso y valor de cambio, pero para designar este nuevo fetichismo, Jaramillo ha inventado un nombre nuevo el cual encuentro sumamente apropiado señalar, él lo denomina valor de exhibición o valor exhibible, de tal manera que la mercancía antes servía para usarla o para intercambiarla, movimiento en el que de paso se incrementaba la riqueza social, pero ahora la mercancía cumple una función esencial: ser exhibida al semejante, como símbolo de prestigio, de competitividad, de superioridad. El hombre posmoderno se declara Rey de sus fetiches, ante otros que pretenden exactamente lo mismo. El resultado es un campo social impregnado de odios

velados, de distancias fingidas, de acercamientos de doble faz, etc. Los hermanos se destrozan a dentelladas, los compañeros de trabajo se asfixian en la obsesión de cómo negar y excluir y destruir a sus colegas, etc. Por eso la función paterna es importante, para oxigenar esta rivalidad salvaje, que surge de los cachorros enviados por su madre a la cacería del hombre lobo, a la conquista del Vellocino de Oro. Certidumbre sí, pero con obediencia y asimilación progresiva (hasta la iniciativa más o menos espontánea) de los hábitos de la organización/del colectivo en el caso político; identidad sí, pero una que sea capaz de renunciar a la extravagancia individual para que una adaptación colectiva exista; bienestar sí, pero de la mano de la rítmica de trabajo, descanso, tiempo libre, así como recreación, distancia, desconexión, es decir, la flexibilidad mencionada anteriormente, recorrido de mundos diferentes al laboral, etc. Posteriormente está el asunto crucial, el cuello de botella: ¿tiene legitimidad, autoridad, poder ético el (X) para proponer los condicionales, y, sobre todo, ser creíbles, aceptables y realizables para los trabajadores/ciudadanos? El condicional debe apoyarse en atributos éticos, técnicos, psicológicos, políticos, hasta corporales, que no son fáciles de exhibir, entendiendo dicha exhibición como fuente de la legitimidad del mandato.

Rango 3 (40 – 50 años)

La encuesta elaborada por las personas pertenecientes a este rango, arrojó los siguientes resultados:

1. Placer
2. Sentido
3. Supervivencia
4. Reconocimiento

La cúspide direccional referencia sus necesidades en Sentido al desearse altos niveles de perfección, de competencia, por el gusto de saber, dominar un área, ser un experto; en cuanto a Supervivencia ya tienen resuelto en buena medida el tema económico, la seguridad no constituye amenaza para ellos. El Reconocimiento pasa a un segundo plano toda vez que ya saben lo que son, lo que tienen, lo que saben, ya no dependen tanto de aprobaciones externas sin ser libres en su totalidad, paz que sólo encontrarán en el lecho de su muerte.

Los resultados obtenidos por los individuos encuestados en este rango permiten develar cómo claramente en el transcurrir de los años en el mundo laboral, la psiquis del individuo se va ajustando y establece prioridades diferentes; es decir, este tipo de individuos son personas que poseen un alto poder en la organización, pero así mismo no establecen en sus prioridades como un elemento fundamental la búsqueda de reconocimiento, incluso se puede inferir que este pilar ejerce poco o nada de presión sobre la psiquis del individuo, ya que han logrado forjar su reputación con sangre a lo largo de los años de vida profesional, por lo tanto su autoestima se encuentra en niveles lo suficientemente altos como para considerarse a sí mismos un eje fundamental de la organización, corriendo el riesgo de igual manera de lindar con la soberbia, asumiendo posiciones de indispensabilidad altamente riesgosas frente a la compañía, en cuanto al ambiente organizacional respecta.

Así mismo este tipo de individuos muestran unas características fundamentales: en primera instancia, son personas que dados los cargos que ostentan, el factor económico pasa a un segundo plano, por lo tanto su motivación con relación a la supervivencia es realmente baja, toda vez que el futuro económico personal y de su familia en la mayoría de los casos ya se encuentra resuelto.

Es precisamente por ello, por su total desinterés por el elemento económico, y así mismo mezclado con una alta dosis de desinterés por el reconocimiento, que sus prioridades se centralizan en dos pilares fundamentales del Pacto Simbólico: el primero es el sentido, en cuanto al ser individuos con gran poder cada una de las acciones que se les encomiende requieren tener por parte del individuo un claro entendimiento del por qué hacen o dejan de hacer algo, así como la competencia de quien les solicita algún tipo de acciones, es por ello que estas personas tienen una alta tendencia a cuestionar la autoridad que pueda ejercer la compañía sobre ellas. De igual manera, este tipo de individuos le dan vital importancia al placer, toda vez que su rendimiento en la compañía estará sujeto a los objetivos que consigan, mas no por el tiempo que dediquen a la misma, por lo tanto horarios flexibles son vitales para ellos, de tal manera que puedan compartir con sus familias, siendo ésta su mayor prioridad, puesto que es tiempo de disfrutar junto a ella años de sacrificio en cuanto han tenido que ausentarse de su hogar dándole prioridad a su trabajo.

En conclusión, la compañía logrará generar mayor vinculación con los individuos pertenecientes a este Rango 3, en la medida en que les permita mejorar su calidad de vida, es decir, en cuanto la persona sienta que la organización es consciente de que el individuo tiene una familia e incite a que comparta mayor tiempo con ella; esto generará en la psiquis de la persona la sensación de que se encuentra en un lugar donde se está pensando en el bien de él como persona y en el de su familia, causando así un sentimiento de compromiso por generar los resultados que se le están pidiendo. Así mismo, se deberán definir muy bien los roles, es decir, las jerarquías y las responsabilidades, así como los objetivos y

metas que se plantea la organización, de tal manera que el individuo encuentre en la compañía una razón de ser, es decir, un porqué organizacional.

En palabras de Freud, como se presentó en el Marco de referencia conceptual, “el nacimiento de la comunicación humana, en buena medida, depende de las satisfacciones o descargas obligadas de la necesidad” (Freud, Año); sin embargo, más allá que una necesidad básica, la comunicación obedece a una necesidad de Sentido que el ser humano, desde sus primeros instantes de vida, reclama, y es el derecho a dejar atrás al mundo natural del cual proviene, y exigir su derecho divino cual Alejandro a las orillas del Nilo, a ser coronado en el mundo del lenguaje, el cual se consume con las tiernas y dulces palabras de la madre, al decir, “Hijo, no llores”.

Con base en lo anterior, concluimos que la compañía en la medida en que pueda ofrecer la certidumbre que necesitan los individuos correspondientes a este rango, es decir, en cuanto le pueda ofrecer la certeza que brinda el tener un trabajo claramente establecido y gratificante, y en pocas palabras, poderle brindar un porqué a la persona, podrá exigir obediencia a sus pequeños sátrapas sedientos de poder.

Consolidado

La encuesta elaborada en la compañía arrojó los siguientes resultados consolidados:

1. Reconocimiento
2. Placer
3. Supervivencia
4. Sentido

Los resultados obtenidos por todas y cada una de las generaciones identificadas en la compañía, arrojan un resultado consolidado que permite identificar que el conjunto de la organización presenta una tendencia a que su principal motivación es el reconocimiento, es decir, que la psiquis organizacional se mueve por una constante búsqueda de reconocimiento, siendo así este pilar del Pacto Simbólico la piedra angular de la compañía, en cuanto a vinculación laboral se refiere.

Un ambiente organizacional enmarcado en este escenario es proclive a la generación de tensiones entre sus integrantes, toda vez que su actuar en la compañía estará inmerso en un mundo de grises donde los principios éticos y morales se diluyen a medida que se escala, ya que la profunda necesidad de ser reconocidos se convierte en un deseo punzante tan incontrolable que hace que los individuos se pierdan en un mar insaciable de ambiciones y poder.

La compañía, fruto de su mismo impulso incontrolable, presenta una estructura organizacional altamente burocratizada y jerarquizada, que pretende delimitar constantemente las interacciones entre los diferentes cargos presentes en la organización, es decir, cada individuo demarca claramente cuál es su posición en la compañía, de tal manera que posiciones inferiores sepan cuál es su lugar y así mismo embriagarse en ese mundo de grises para escalar a posiciones superiores y de esta manera alcanzar la máxima pretendida, ser reconocido por la organización.

Inocencia abunda en un mundo de humos y espejos, inocencia abunda en todos aquellos pequeños narcisos que urgidos de saciar su necesidad de reconocimiento no se percatan de cómo pierden su vida ahogados en su propio lago de egolatría y ambiciones, entregando su honor y principios al mejor postor,

sólo para al final de sus vidas darse cuenta cómo perdieron lo único que realmente valía en sus tristes y vacías existencias, vendieron por pocas monedas, cual Judas al Dios hecho hombre, su razón de ser en este mundo, vendieron su libertad mental, y a cambio sólo recibieron un triste reconocimiento tan fugaz como la brillantez de sus mentes.

En conclusión, la organización con el ánimo de generar una vinculación laboral mayor de cada uno de los individuos, debe ser consciente que el pilar del Pacto Simbólico sobre el cual debe ejercer mayor presión es el reconocimiento, por lo tanto al entender que la psiquis de su cultura organizacional se mueve por pequeños narcisos ausentes de principios, en la medida en que les pueda disponer un escenario en el cual cada uno sienta que para la organización es importante y que su trabajo es reconocido, estarán dispuestos a sacrificar hasta su propia vida personal con el fin de presentarse ante el resto de la organización como ejemplos a seguir, idealizándose a sí mismos como individuos únicos e indispensables en la compañía.

2.2.2. Una verdad que incomoda

Teniendo en cuenta que el presente trabajo está dirigido a la alta dirección de cualquier organización, y que tiene como fin suministrarle una herramienta gerencial que permita conocer a fondo la psiquis de su organización, para así poder entender sobre cuál pilar fundamental del Pacto Simbólico se debe ejercer mayor presión en aras de incrementar la cohesión entre el personal y la organización, es necesario realizar el siguiente análisis, el cual está desprovisto de cualquier presupuesto ético o moral, y que tiene como único fin presentarle al mundo académico y empresarial cómo desde la psiquis humana, se puede direccionar la cultura organizacional de una compañía, encaminando la

organización en su conjunto a la consecución de los objetivos que disponga la dirección.

Las organizaciones son simplemente extensiones del ser humano, toda vez que a pesar de los adelantos tecnológicos presentes en nuestra actualidad no hay aún una organización totalmente independiente del hombre, es decir, aquellas organizaciones donde toda su estructura está conformada por entidades automatizadas no humanas siguen y seguirán existiendo en mentes prodigiosas cinematográficas que dan vida a tan caóticos escenarios a través de expresiones de su imaginación, la cual comúnmente denominamos películas de ciencia ficción.

Con relación a las organizaciones, Jaramillo sostiene la siguiente hipótesis al analizar un ensayo de su autoría el cual llamó *Momentos diferenciables del ejercicio de la dirección*; su interpretación es la siguiente:

En el mundo organizacional se presenta una contradicción interna, en mi visión de psicólogo, bastante complicada, por un lado estas organizaciones se conforman para servir y funcionar en una lógica de mercado, es decir, para ser productivas, competitivas, rentables, etc. Ese es su objetivo fundamental y para conseguirlo, no se detienen a pensar de qué están hechos sus componentes, en este caso, cuál es la naturaleza del sujeto humano. Y créeme que no los censuro por esto. Están en su “guerra” (Tal vez sin comillas) y es comprensible que no se pongan a jugar a la mamá, al consejero espiritual o al psicoanalista. Esa no es su tarea. Pero ello no quiere decir que la configuración psíquica del sujeto no pase factura, cuando constata (de modo inconsciente) que sus deseos individuales no son considerados en absoluto, cuando presencia su disolución (lo llamamos individuación, proceso de transformación y degradación del sujeto) en aquella lógica organizacional. Su dimensión psíquica pasa a un segundo, último o inexistente plano. Y no es culpa de nadie, se trata de una contradicción propia del sistema de trabajo organizado por la sociedad posmoderna. Dos lógicas, dos dimensiones confrontadas, desajustadas, que no consiguen, salvo en raras y afortunadas ocasiones, configurar un punto

de encuentro, una zona común. En ese mismo artículo propongo que el listado puede crecer, para hablar además de las dos mencionadas, de una lógica del discurso político, o lo que es lo mismo, en nombre de qué, la cultura organizacional y el manejo político de la misma, le piden al sujeto que se desprenda de su dimensión interna psíquica y proceda a entregarse a la individuación operativa, sin resistencia. Este proceso lo conocemos como la doma del sujeto, su vaciamiento acomodaticio a las exigencias del sistema. Se trata de paso de un mecanismo de mera supervivencia para el sujeto quien, se adapta o muere (salvo que sea un genio y logre triunfar, imponerse al sistema mismo). Incluso ocurre con muchísima, abrumadora frecuencia, que el sujeto se entrega feliz a esta aventura de olvidarse de su mundo interior, al que muchos encuentran amenazante, por no saber qué diablos hacer con un dispositivo interno (aparato psíquico) que le pide sin descanso, que se reinvente, que se construya una realidad psíquica en la que sabrá trabajar por sus propios medios, en relativo ejercicio de autonomía, que le pide construir sentido para su existencia y para el mundo circundante, que le pide resolver los problemas de relación camino al reconocimiento recíproco (lo que implica la superación de los complejos neuróticos que llevan al juego común de las exclusiones, rivalidades, etc.), que, por último, le hace exigencias desmesuradas para la obtención del placer, sin límite, sin restricciones, pero a su vez, respetando los límites postulados por la cultura. Todo ello es una tarea que sobrepasa a la gente del común que carece del valor moral para enfrentar la aventura de vivir de buena manera. ¿Qué ocurre entonces? Que gozosos se lanzan al coro de la lógica de mercado, jurando, convencidos de la transformación de su naturaleza, que viven para competir, acumular, gozar sin fronteras. Y ello funciona hasta cierto punto, el ardid es de apariencia poderosa, los opeles del capital son atractivos y parecen gozar de buena salud. Pero el psicólogo se pregunta a qué precio. Y los síntomas son evidentes e inocultables: epidemias de consulta psiquiátrica (dicho por presidentes de banco en mis entrevistas), consumo de coca sin cuartel, dificultades para relacionarse, optando por la soledad, mujeres casadas con el éxito de su trabajo (con su maternidad frustrada), hasta el extremo en algunos países del canibalismo. El alemán aquel envía un correo pidiendo a alguien para devorar en la noche de navidad y recibió el escándalo de seis mil “hojas de vida”, y efectivamente se comió al otro, ya que en el extremo del individualismo ya el sistema destruyó los hilos que le unían a sus semejantes. En la teoría llamamos eso, la ruptura de la representación y su sustitución esquelética por la mera presentación (Jaramillo, 2013).

Con base en lo anterior, entendemos claramente que el escenario empresarial en el cual nos desenvolvemos diariamente son organizaciones completamente humanas, es decir, son un colectivo de mentes, vidas, ilusiones, sueños y fracasos, interactuando entre sí en un baile de salón donde cualquier tropiezo generará un efecto dominó en la organización en su conjunto. Es por ello que el arte de la dirección está en dirigir tan acompasado baile de tal manera que el majestuoso espectáculo digno de reyes, no se convierta en una danza de arrabales donde prostitutas, rateros y matones hagan diariamente su festín de morbo, placeres y aberraciones.

El espectáculo siempre tiene que continuar, no hay razón alguna para que el baile se detenga, por lo tanto está en manos de la dirección definir el ritmo de la música, su velocidad, sus tiempos, su intensidad, y sobre todas las cosas, su armonía. Pero se estarán preguntado ¿qué tiene que ver la música con una organización?, pues desde mi punto de vista tiene todo que ver, y al igual que una buena sonata, me tomaré mi tiempo para presentar mi planteamiento.

Si la dirección de una compañía es la orquesta del baile, el Pacto Simbólico son los instrumentos; por lo tanto es necesario entender las capacidades, los deseos, las motivaciones de los bailarines, para así poder mover los hilos adecuados que permitan a la cabeza de la organización, cual titiritero, manipular a su voluntad los deseos de sus bailarines.

En el desarrollo del trabajo hemos demostrado cómo los cuatro pilares fundamentales del Pacto Simbólico, a saber: Reconocimiento, Supervivencia, Sentido y Placer, están tatuados en la psiquis de cada individuo, desde su mismo nacimiento su madre los definió y perpetuó en su subconsciente. Sin embargo,

fruto del análisis de la información, el trabajo investigativo, y chispazos de inspiración divina que de divina no tiene nada y mucho menos de chispazos, pero que sí son planteamientos que han rondado mi mente desde que tuve la fortuna de conocer el trabajo de mi maestro Pablo Jaramillo, y es el hecho de qué tal si nos inventamos dichas motivaciones, qué tal si podemos definir nuestra organización desde la psiquis del personal que nuestro modelo de negocio necesita, y una vez definamos cuál es nuestro deseo, insertar en sus mentes dichas motivaciones para así determinar con mayor claridad cómo manipular sus voluntades. Cabe resaltar tal y como se hizo al comienzo de este aparte, que este análisis se hace desprovisto completamente de cualquier presupuesto ético o moral, y que cualquier interpretación a lo aquí mencionado debe someterse a un juicio ético propio antes de sacar cualquier conclusión.

Retomando nuevamente el tema, ¿qué tal si la dirección está en la capacidad de insertar a su antojo, consciente, concertada y voluntariamente, dichos pilares motivacionales? Lo que estoy tratando de presentar es un concepto totalmente alejado del mundo organizacional actual, es decir, en la actualidad las compañías contratan individuos, y al contratarlos desde su primer día en la organización se les presentan los parámetros de la compañía, les presentan los pilares de la psiquis organizacional, y a partir de este momento se declara una guerra sin fin en la cual el único propósito de la dirección es la de ajustar a los individuos a los pilares fundamentales de la compañía, y el individuo luchará por imponer sus pilares sobre la organización, pudiendo existir acuerdos mutuos pero siempre todo enmarcado en una constante tensión del querer hacer y el tener que hacer.

Pero, y si en lugar de establecer unos pilares iniciales, simplemente permito que el individuo sufra un choque inicial de total incertidumbre, que se sienta perdido en

un mar de ilusiones y que no logre identificar cuál es su enemigo, a quién debe enfrentarse, ocasionando de esta manera un desequilibrio emocional que lo llevará a buscar en el interior de la organización modelos, los cuales ya estarán previamente preparados por la organización para representar los pilares fundamentales que se desean introducir en la psiquis organizacional, dichos modelos no exigirán ningún tipo de presión sobre aquellos individuos que aún no han sido inducidos, y es justo aquí donde se garantiza el éxito de la manipulación, ya que el individuo empezará a asumir actitudes y acciones en función de los pilares que la compañía previamente estableció, pero lo hará convencido de que dicha decisión surgió de lo más profundo de su ser, cuando en realidad su mente fue manipulada desde el primer instante en el que tuvo contacto con la compañía, y se indujo a que tomara la decisión que la organización deseaba.

Una verdad que incomoda no es más que una idea que ronda mi cabeza y que genera en mi interior un profundo sentimiento de desolación y olvido. Trato de separar mis creencias religiosas y entro en una lucha interna entre el bien y el mal, entre lo correcto y lo incorrecto, entre el hombre justo y el Borgia⁷ que habita en mi corazón, pero como esta batalla bíblica no tiene que culminar en mi mente, dejo que ustedes, lectores devoradores, insensatos e inmorales, se queden con las ganas de leer lo que tanto quise decir y no dije, y sólo ustedes, cual David a

⁷ Duque, príncipe, conde, condotiero, confaloniero, obispo de Pamplona, con dieciséis años, arzobispo de Valencia, con diecinueve años, capitán general del ejército del Vaticano y cardenal con casi veinte años de edad, durante el Renacimiento. Investido además como duque en Francia con unos veintitrés años de edad. Su divisa se hizo célebre: AUT CÆSAR AUT NIHIL (O César o nada). Ivan Cloulas (1989): Los Borgia, Buenos Aires: Javier Vergara Editor.

Goliat, lancen la última piedra y decidan quién vencerá esta batalla, su ambición o su fe.

2.2.3. Resultados consolidados

Tamaño de la muestra	90				
Porcentaje de error	5%				
Grupo de edades	20 - 30				
PILAR		POSICIÓN			
		1	2	3	4
A. Sentido				178	
B. Reconocimiento	75				
C. Supervivencia					201
D. Placer			126		
Orden de mayor a menor					
1. Reconocimiento					
2. Placer					
3. Sentido					
4. Supervivencia					

Tamaño de la muestra	90				
Porcentaje de error	5%				
Grupo de edades	40 - 50				
PILAR		POSICIÓN			
		1	2	3	4
A. Sentido			9		
B. Reconocimiento					13
C. Supervivencia				10	
D. Placer	7				
Orden de mayor a menor					
1. Placer					
2. Sentido					
3. Supervivencia					
4. Reconocimiento					

Tamaño de la muestra	90				
Porcentaje de error	5%				
Grupo de edades	30 - 40				
PILAR	POSICIÓN				
	1	2	3	4	
A. Sentido				96	
B. Reconocimiento			83		
C. Supervivencia	50				
D. Placer		51			
Orden de mayor a menor					
1. Supervivencia					
2. Placer					
3. Reconocimiento					
4. Sentido					

Tamaño de la muestra	90				
Porcentaje de error	5%				
CONSOLIDADO					
PILAR	POSICIÓN				
	1	2	3	4	
A. Sentido				283	
B. Reconocimiento	171				
C. Supervivencia			261		
D. Placer		184			
Orden de mayor a menor					
1. Reconocimiento					
2. Placer					
3. Supervivencia					
4. Sentido					

3. Conclusiones

Los resultados obtenidos en el trabajo investigativo arrojan un resultado consolidado que permite identificar que el conjunto de la organización presenta una tendencia a que su principal motivación sea el reconocimiento, es decir, que la psiquis organizacional se mueve por una constante búsqueda de reconocimiento, siendo así este pilar del Pacto Simbólico la piedra angular de la compañía, en cuanto a vinculación laboral se refiere.

Se logró constatar la vigencia y aplicación del Pacto Simbólico, y se obtuvieron satisfactoriamente los siguientes resultados:

- A.** Se tiene descrita claramente la aplicabilidad del Pacto Simbólico en cada una de las generaciones.

Para lo anterior se elaboró el texto presentado en la sección 2.2. del presente documento donde se da cuenta de la aplicabilidad del Pacto Simbólico en cada una de las generaciones. El texto presenta por rangos cada generación y describe cómo es su aplicabilidad en la organización, así como la jerarquía de sus pilares motivacionales.

- B.** Se tienen categorizadas las generaciones presentes en la organización objeto de estudio.

Para esto se segmentó la población objeto de estudio y se definieron tres rangos de categorías de edades, los cuales son:

Rango 1: De 20 a 30 años.

Rango 2: De 30 a 40 años.

Rango 3: De 40 a 50 años.

- C.** Se tienen claramente explicadas las diferencias que se presentan en la aplicación del Pacto Simbólico en cada una de las generaciones que se identificaron.

En el trabajo de grado se presenta clara y detalladamente las diferencias existentes entre los diferentes rangos aplicados; adicionalmente se realizó una aproximación al tema desde una perspectiva de dirección, donde se presentó cuáles eran los pilares fundamentales de cada rango identificado y cómo hacer uso de los mismos para incrementar la cohesión entre el empleado y la compañía.

- D.** Por último y como resultado final del trabajo de grado, se constató claramente la vigencia y aplicabilidad del Pacto Simbólico Organizacional.

El trabajo de grado permitió concluir que el Pacto Simbólico Organizacional es completamente vigente en el mundo empresarial, y se logró detallar con amplitud cuál es su aplicabilidad en el interior de una organización. En los análisis realizados a los resultados obtenidos en la etapa de investigación, se logró concluir con base en las encuestas desarrolladas (**Ver anexo 2**) por el personal objeto de estudio, que el Pacto Simbólico vive y se funde en lo más profundo de la psiquis organizacional, se inmiscuye en los adentros de sus entrañas, y se eterniza en la piel de la organización, cual suave y tenue aroma a café en las trincheras del mundo empresarial.

4. Referencias

Augé, Marc (1995). *Non Lieux*. Francia: Ministerio de asuntos exteriores.

Bobbio, Norberto (1992). *Estado gobierno y sociedad*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Campbell, Joseph (1980). *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Dante, Alighieri (1304). *La divina comedia*. Florencia: Desconocido.

Defoe, Daniel (1719). *Robinson Crusoe*. Madrid: Debolsillo.

Dufour, Dany Robert (2007). *El arte de reducir cabezas*. Buenos Aires: Paidós.

Foucault, Michel (1991). *Sujeto y poder*. Bogotá: Carpe Diem Ediciones.

Foucault, Michel (2006) *¿Qué es la ilustración?* Madrid: Tecnos.

Freud, Sigmund (1980). *Proyecto de una psicología científica*, en: *Obras completas*, t III. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Gauchet, Marcel (2005). *Desencantamiento del mundo*. Buenos Aires: Trotta Editorial.

Gauchet, Marcel (2003). *La caída y olvido del espíritu humano*. Buenos Aires: Trotta Editorial

Grimal, Pierre (1986). *Diccionario de mitología griega y romana*. Buenos Aires: Paidós.

Harvey, Peter (1998). *El budismo*. Madrid: Cambridge University Press.

Ivan Cloulas (1989): *Los Borgia*. Buenos Aires: Javier Vergara Editor.

Jaramillo, Pablo (2009). *El tríptico del poder*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

Jaramillo, Pablo (2013). *Notas personales nunca publicadas*. Medellín.

Lebrun, Jean-Pierre (2003). *Un mundo sin límites*. Madrid: Ediciones del Serbal.

Le Brun, Annie. (2004). *Sobre el exceso de realidad y con cierta languidez*. Ciudad de México : Fondo de Cultura Económica.

Locke, John. (1982). *Ensayo sobre el gobierno civil*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Liotard, Jean- François. (1994). *¿Por qué filosofar?* Barcelona: Ediciones Atalaya.

Melman, Charles (2002). *Lo ingobernable en la sociedad*. Bogotá: Cuarto de Vuelta Editores.

Nasio, Juan David (2001). *El dolor de la histeria*. Buenos Aires: Paidós Editores.

Pallí Bonet, Julio (1988): Sófocles. *Tragedias completas*. Traducción, Barcelona: Ediciones B.

5. Anexos trabajo de grado

5.1. Anexo 1 – Modelo de encuesta Pacto Simbólico

Nombre del Encuestado (Opcional):

Edad:

Instructivo: Por favor ordene de mayor a menor importancia para usted las acciones que se presentan a continuación. Siendo **1** la más importante y **4** la menos.

1. En mi trabajo:

- A. Estoy dispuesto a ser obediente y seguir indicaciones siempre y cuando sepa por qué hago las cosas.
- B. Lo más importante para mí es que se me reconozcan mis capacidades y que se resalten mis logros.
- C. Para mí es de vital importancia que mi trabajo sea estable, que me brinde seguridad.
- D. Es muy importante para mí que en mi trabajo sea flexible el horario, que se me permita tomar permisos fácilmente y que los períodos de vacaciones sean mayores al promedio.

TABULACIÓN

Por favor ordene según sus respuestas, asignando el valor correspondiente según su selección.

Ej.

El orden de importancia en el cual clasificó sus respuestas fue:

A – 2

B – 1

C – 3

D – 4

Por consiguiente en el cuadro de tabulación colocará la información de la siguiente manera.

- A – Sentido 2
- B – Reconocimiento 1
- C – Supervivencia 3
- D – Placer 4

CUADRO DE TABULACIÓN

<u>PILAR</u>	<u>POSICIÓN</u>
A. Sentido	
B. Reconocimiento	
C. Supervivencia	
D. Placer	

5.2. Anexo 2 – Encuestas.

Se adjuntan las encuestas realizadas en un archivo adicional.