

**Impacto cultural de multinacionales extranjeras en
Antioquia: identificación tradicional vs. cultura corporativa.**

Por:

Juan Pablo Román C.

Director de Investigación:

Carlos Mario Henao G.
Magíster en Ciencias de la Administración.

Maestría en Ciencias de la Administración
Escuela de Administración
Universidad EAFIT
11 de noviembre de 2009

*Todas las teorías son legítimas
y ninguna tiene importancia.
Lo que importa es
lo que se hace con ellas.*
J.L. Borges

*Has hecho esto, me dice mi memoria.
Esto no puedes haberlo hecho,
dice mi orgullo,
y permanece inconvencible.
Por último,
cede la memoria*
F. Nietzsche.

Agradecimientos:

A mi familia por el amor y las bases fundamentales. A mis profesores por contagiarme de dudas ante lo supuesto. Al Departamento de Negocios Internacionales, a la Escuela de Administración, al Departamento de Desarrollo de Empleados y a la Dirección de Investigación y Docencia de la Universidad EAFIT por propiciar el encuentro de todo lo anterior.

Tabla de Contenido

Introducción	3
1. Marco de Referencia	7
1.1. Multinacionales	7
1.1.1 Definición	7
1.1.2. Impacto cultural de las Multinacionales	9
1.2. Cultura organizacional.....	13
1.2.1. Cultura.....	14
1.2.2. Cultura y administración	20
1.3. Subjetividad, multinacionales y cultura organizacional.....	25
1.3.1. Capitalismo global como civilización.....	26
1.3.2. Movilización general de la subjetividad.....	28
1.3.3. Identificaciones tradicionales y de bajo nivel	32
1.4. Identidad cultural antioqueña	40
2. Metodología.....	45
2.1. Método analítico.....	46
2.2. Memoria metodológica.....	48
2.3.1. Pregunta por el campo.....	49
2.3.2. Jurado y reformulación	50
2.3.3. Primeros pasos en el campo y re-significación	51
2.3.4. Recolección de la información.....	53
2.3.5. Sistematización y análisis de la información.....	54
2.2. Diseño metodológico	59
2.2.1. Revisión Bibliográfica.....	61
2.2.2. Mapeo.....	61
2.2.3. Muestreo	64
2.2.4. Técnicas	66
2.2.5. Registro	68
3. Hallazgos y discusión	71
3.1. Competencia.....	72
3.2. Sentido de pertenencia	80
3.3. Planeación	86
4. Consideraciones finales	92
Bibliografía	100

Introducción

El lector encontrará en el siguiente informe el reporte de una investigación acerca del impacto que compañías multinacionales, a través de su cultura organizacional, tienen sobre sujetos inscritos en la tradición antioqueña y que laboran en ellas. La especificidad de la investigación radica tanto en los referentes teóricos, la metodología y por supuesto, el método elegido para estudiar dicha problemática. Ellos mismos desembocaron en el planteamiento del problema y por ende conformaron el objeto de estudio que se extrajo de la problemática en mención. Por supuesto, el autor intentó buscar coherencia en estos elementos fundamentales de un estudio de carácter netamente cualitativo.

Ya desde el título, Análisis de las relaciones establecidas por algunos sujetos con las culturas organizacionales de empresas multinacionales extranjeras operando en Medellín, se intentó enfatizar que la problemática que jalonó el interés del investigador, sería abordada desde un enfoque donde el estudio de factores psicológicos involucrados estaría en primer plano. A partir de una perspectiva psicoanalítica, dada por conceptos tales como el de identificación, se intentó entonces discernir qué relaciones establecen los sujetos entrevistados con las culturas organizacionales de las multinacionales extranjeras a los cuales ellos mismos hacían referencia. Se consideró que la descripción de estas relaciones permitiría examinar el alcance de dichas culturas en subjetividades culturales implicadas en el contexto cultural antioqueño.

Como se observará en el desarrollo de este informe final, esta labor investigativa se caracteriza por su aire reflexivo y crítico. Ello por estar enmarcada en la Maestría en Ciencias de la Administración de la Universidad EAFIT, programa que incentiva la reflexión en torno a los saberes que nutren el conocimiento y la práctica administrativos.

La investigación siguió inicialmente una secuencia lógica que partió de una revisión bibliográfica, pasó por el planteamiento del problema para arribar,

después del trabajo de campo, al análisis de la información, a los hallazgos y finalmente a las consideraciones finales. Inicialmente pues, tal y como se describe en el apartado sobre el diseño metodológico de la investigación, la necesidad de un movimiento retroactivo posterior al trabajo de campo, indicó la conveniencia de flexibilizar el orden programado en el comienzo del trabajo investigativo. Fue con el ánimo de presentar ordenadamente este informe final, que se siguió el orden previamente estipulado. Por tanto, el lector encontrará a continuación, la siguiente estructura.

El primer capítulo, dedicado a presentar el marco de referencia de la investigación, comienza con un apartado acerca de las empresas multinacionales. Después, el capítulo presenta una definición de las empresas multinacionales. Adicionalmente muestra una clasificación de estas empresas de acuerdo con su posición sobre subsidiarias en el extranjero. El sugestivo nombre de uno de estos tipos de empresa multinacional, tipo etnocéntrico (Naciones Unidas, 1973 .p. 5), desemboca en la parte final de la sección dedicada a las empresas multinacionales. Esta sección final versa específicamente sobre el impacto cultural de las empresas multinacionales.

El marco de referencia continúa con un repaso de uno de los conceptos que delimita la investigación: la cultura organizacional. En el estudio este concepto fue traído directamente del saber administrativo a manera de categoría inicial. Esto con el fin primordial de permitir enfocar la revisión documental acerca de las culturas organizacionales de las empresas multinacionales incluidas en la investigación. Sin embargo, no se resignó una posición reflexiva sobre el concepto, por lo cual se rastrearon sus raíces y algunas de las críticas que ha generado su incursión en la administración. Dos autores representativos en el tratamiento actual de la cultura organizacional al interior del *international management*, saber y práctica íntimamente ligado a las multinacionales, fueron tomados como referentes principales: a saber Hofstede (2005) y Schein (1988).

La especificidad del enfoque teórico de estudio se ve revelada en el apartado siguiente: "Subjetividad, multinacionales y cultura organizacional". En este se

ven involucrados los conceptos de subjetividad, identidad, además de los ya revisados multinacional y cultura organizacional. La revisión del concepto de identificación presentada en el apartado 1.3.3., es antecedida por un comentario acerca de la forma en que la globalización, a través del facilitado flujo de la información, de las multinacionales y todo lo que ellas implican, ha supuesto un cambio de referentes y por ende de las identificaciones que conforman las subjetividades.

Por ser una investigación sobre las relaciones establecidas por sujetos - inscritos en la tradición antioqueña- con las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras, se incluyó en el marco de referencia un desarrollo sobre la idea de identidad antioqueña, que al igual que el término cultura organizacional, generó categorías iniciales de orden fundamental para el análisis de la información.

El capítulo 2, que trata la metodología de la investigación, la describe en dos sentidos. Primero describe los avatares de la aplicación de la estrategia metodológica, en el campo y en el análisis. El capítulo dedicado a la metodología desemboca en el diseño de la investigación introduciendo con el paquete técnico empleado, las decisiones estratégicas tomadas por el investigador. Decisiones que tocan asuntos más técnicos como la búsqueda bibliográfica, la revisión documental, las técnicas de recolección de la información, etc. Todo lo anterior antecedido y contextualizado por un comentario sobre el camino –método- recorrido hasta los hallazgos y las conclusiones, los cuales se constituyen en la parte final del informe.

En cuanto a los hallazgos, el investigador tomó como referentes principales los testimonios de los distintos entrevistados. Así, las categorías emergentes de la investigación toman el nombre de dichos encontrados en las transcripciones de las entrevistas abiertas. Precisamente este instrumento, por sus condiciones facilitó la aparición de expresiones propias de los entrevistados a propósito de las culturas organizacionales y de la misma cultura antioqueña. Ciertamente, ello limitó el análisis y el número de categorías emergentes, de las cuales se desprendieron las conclusiones del estudio. Sin embargo, este aspecto se

consideró provechoso para el estudio, puesto que precisamente la investigación pretendió analizar, desde el punto de vista de los entrevistados, la relación que estos establecen con culturas organizacionales de multinacionales extranjeras radicadas en Medellín.

1. Marco de Referencia

1.1. *Multinacionales*

1.1.1 Definición

Las compañías multinacionales han sido objeto de diversos estudios. Ya desde los años 1970, algunos economistas daban cuenta del lugar preponderante que las multinacionales tomaban como agentes fundamentales en las relaciones económicas internacionales (Heilbroner, 1974). De la misma manera, tanto sus orígenes como la historia anterior a este período han sido documentados (Wilkins, 2000); (Heilbroner, 1971. p. 2).

Al referirse a las multinacionales, Joseph Stiglitz (2006) señala que las multinacionales, como las demás empresas, pretenden generar beneficios (Stiglitz, 2006 .p. 16). En otras palabras, la generación de ingresos es para las compañías multinacionales su *princeps*¹. Ahora bien, más allá de su objetivo principal, aquella característica que las define de manera general, rasgo principal que ha sido enunciado por organizaciones internacionales y en diferentes libros de texto, es la realización de actividades económicas en distintos países. (Naciones Unidas, 1973. p. 4); (Luthans and Doh, 2009. p. 6); (Cavusgil et al, 2008. p. 13, 16).

Sin embargo, el alcance de las empresas multinacionales supera el ámbito económico: La corporación multinacional moderna es una fuerza económica, política medioambiental y cultural inevitable en el actual mundo globalizado (Roach, 2007. p. 19) Traducción libre.

¹ Como se observará en el apartado dedicado al concepto de cultura organizacional, en este objetivo último de las empresas multinacionales encaja perfectamente lo que algunos autores sostienen es la razón de ser de la cultura organizacional misma: maximización del beneficio (Camerer and Vepsalainen, 1988).

A propósito, si se examinan por ejemplo las definiciones que presenta la UNCTAD² (1999) acerca de este tipo de empresas, es fácil deducir que desde su misma concepción, las empresas multinacionales aparecen como entidades que ejercen su “influencia”, directa e indirecta y con grados de variación, sobre sus ramas, subsidiarias u otras entidades controladas por ellas (UNCTAD, 1999. p. 45-46).

Un dato no menos importante y que ayuda a poner en perspectiva la influencia –para el caso, cultural- que este tipo de empresas tiene a escala global, es que ya en el año 2000 existían 65.000 multinacionales. De estas empresas, 50.000 tenían sus cuarteles generales en países desarrollados (Roach, 2007. p. 24). En este mismo sentido, no puede dejarse pasar el hecho que, también desde su definición, en las empresas multinacionales existe una transmisión de “conocimiento” que va prioritariamente en la dirección esperada; de los cuarteles generales hacia la periferia (UNCTAD, 1999. p. 45-46). Ello a través del conocido *International Management*, entendido como “el proceso de aplicar conceptos administrativos y técnicas en un ambiente multinacional y de adaptar prácticas administrativas a ambientes económicos, políticos y culturales diferentes” (Luthans and Doh, 2009. p. 6)³ Traducción libre.

Es posible hablar de tipos de empresas multinacionales. Una clasificación interesante para efectos de la presente investigación, es aquella que ubica estas empresas de acuerdo a su orientación frente a sus ramas o subsidiarias. Los tipos van desde las multinacionales “etnocéntricas”, empresas orientadas hacia el país de origen, pasando por las “policéntricas”, aquellas orientadas hacia los países receptores, luego por las “geocéntricas”, organizaciones

² En sus siglas en inglés: United Nations Conference on Trade and Development. Este organismo busca comprender la naturaleza de las empresas Transnacionales (en este contexto, sinónimo de las empresas multinacionales) y de su contribución al desarrollo social. Asimismo, crear un ambiente propicio para la inversión internacional y el desarrollo de la empresa (UNCTAD, 1999. p. ii). <http://www.unctad.org/en/docs/psiteiidt11v2.en.pdf>. Fecha de consulta: 14/07/09

³ Nótese que en la definición citada lo que se adapta en el contexto local donde se asientan las multinacionales son las prácticas, no los conceptos y técnicas. Esta aclaración tomará relevancia en el momento en que se discuta la definición de cultura corporativa. Para algunos teóricos de la administración ella es fundamentalmente una técnica y concepto organizacional. Según E. Schein (1988), pionero y referencia en la definición administrativa clásica de cultura organizacional, lo más superficial son las prácticas. El tema se tratará más afondo en la siguiente sesión del informe.

orientadas hacia el mundo en general, para llegar al extremo grado de internacionalización que representan las compañías “desnacionalizadas”, “supranacionales” o “cosmocorporaciones” (Naciones Unidas, 1973. p. 5).

Siguiendo esta clasificación cabría pensar, por ejemplo, que las llamadas multinacionales etnocéntricas estarían por añadidura menos dispuestas a hacer modificaciones en su cultura organizacional, ello con el fin de adaptarla a las culturas correspondientes a los denominados *host countries*. Con lo cual, se esperaría de los trabajadores que ellos, no solo acojan las prácticas adaptadas al contexto cultural, sino que además asimilen con poca o ninguna modificación conceptos y técnicas administrativas. Estas conjeturas estarían respaldadas en teoría si se accede al señalamiento de Stiglitz (2006) citado anteriormente – el que indica que el fin último de las multinacionales es el beneficio- y además si se acepta una noción económica funcionalista de cultura organizacional según la cual, ella sería un medio para la maximización de beneficios (Camerer and Vepsäläinen, 1988. p. 115-116).

Así, admitiendo que el grado de orientación hacia sí mismas desaparece gradualmente, conforme una empresa multinacional pasa del tipo etnocéntrico al policéntrico y así sucesivamente, es oportuno preguntarse si en los anteriores términos es factible la existencia de cosmocorporaciones. Cuestionamiento oportuno pues implica la reflexión acerca de la posibilidad de pensar las culturas organizacionales de las subsidiarias de las multinacionales no como instrumento de control, facilitador de la transmisión de saberes, prácticas, etc., sino como creación propia a partir de contextos culturales específicos.

1.1.2. Impacto cultural de las Multinacionales

Si se admite con Stiglitz (2006) –junto con otros autores (Mazlish and Morss, 2007. p. 170)- que las empresas multinacionales están orientadas a la maximización del beneficio, y además que algunas de ellas se basan en una noción funcionalista de la cultura organizacional, puede pensarse que en estos casos las multinacionales tienden a esperar que los trabajadores, provenientes

de contextos culturales diferentes, se adapten a la cultura organizacional. Ahora bien, la presente investigación no tiene directamente como propósito comprobar si ese es el caso de las multinacionales en las cuales laboran los sujetos entrevistados. El presente estudio se enfoca en cambio en los testimonios de sujetos particulares a propósito de sus relaciones con la cultura organizacional de multinacionales extranjeras y no en la eventual estrategia de homogenización de sendas empresas multinacionales. De hecho, sería necesario un estudio diverso para establecer tal comprobación.

Sin embargo, es importante contemplar el hecho de que las empresas multinacionales, voluntaria o involuntariamente, se constituyen en una fuerza cultural, y que dicho factor de cambio cultural se reparte en medios distintos a la inundación de productos en los *host markets*. Una publicación de divulgación a propósito de la influencia cultural de las multinacionales extranjeras, aunque menciona el papel que en dicho fenómeno tienen sus culturas organizacionales, se dedica a hacer un recuento de cómo los estilos de vida de los colombianos han cambiado a partir de la introducción por parte de estas empresas de productos novedosos⁴.

Se reconoce entonces aquí a la multinacional como fuerza de cambio cultural, transmisora de valores vinculados con el libre mercado (Lewng et al, 2005. p. 363). Ejemplo de ello el discurso correlativo al mercado –y que para su fortuna lo nutre- y cada vez más difundido sobre los derechos individuales. Discurso del que más allá de todo maniqueísmo no puede ignorarse una ubicación histórica, económica y cultural precisa.

En el desarrollo del presente estudio, si bien fue reconocida esta tendencia, alternativamente al presentado en la revista Dinero (2005), se consideró conveniente ir en una dirección diferente. Se trata de una investigación con una orientación distinta al estudio del influjo cultural de empresas multinacionales sobre los consumidores, sobre el público mediante su poder

⁴ “El jet facilitó la formación de una clase de ejecutivos multinacionales que se desplazaban entre países y de esa forma controlaban mejor las compañías y transmitían con mayor eficacia la cultura corporativa de la matriz,... se convirtieron en firmas globales, manejadas con un solo criterio” (Dinero, 2005. p.52)

político y las tecnologías de la comunicación (Cifuentes, 2004. p. 36-39). Dicha orientación posibilita observar la influencia del mismo tipo que este tipo de empresas tiene sobre los trabajadores.

Por su lado, Goodwin (2007) ha escrito sobre las formas en las que las multinacionales tocan la vida de los trabajadores (Goodwin, 2007. p. 135). A pesar de mencionar que a nivel cultural los intereses de estas empresas es la promoción de consumismo (Goodwin, 2007. p. 137), su trabajo se centra en el impacto que provocan a este nivel los manejos que dichas empresas hacen de los salarios, la mano de obra, las tareas⁵. No obstante deja de lado la influencia que estas ejercen, a través de su cultura organizacional, sobre aquellos.

A propósito de los efectos de la entrada de empresas extranjeras, en este caso estadounidenses, en 1914 escribía un autor inglés⁶:

El aspecto más serio de la invasión industrial estadounidense descansa en el hecho que los recién llegados ha adquirido el control de casi toda nueva industria creada durante los últimos 15 años...¿Cuáles son los rasgos claves de la vida londinense. Considero que ellos son el teléfono, la cámara inalámbrica, el fonógrafo,....., y la multiplicación de máquinas herramientas... (Heilbroner, 1971. p. 4).

Por su importancia a nivel social, la cual se muestra en la necesidad comentada por Goodwin (2007) de dar forma desde lo institucional, lo cultural y lo legal a los objetivos corporativos para que converjan con los objetivos sociales (Goodwin, 2007. p. 164), el alcance homogenizador que a nivel cultural tienen las multinacionales es un tema tratado con frecuencia. No obstante, como se observa en la anterior cita, al tratar el asunto se le ha dado

⁵ “cada día, las empresas multinacionales tienen un impacto en miles de millones de personas, frecuentemente de manera compleja e imperceptible...es importante reconocer que el alcance de las compañías multinacionales se extiende más allá del dominio económico” (Roach, 2007.p. 19).

⁶ El nombre del escritor inglés no es referenciado directamente por Heilbroner (1971).

prioridad al efecto estas empresas tienen mediante que la introducción de productos en distintas partes del mundo (Dinero, 2005)⁷.

Ahora bien, si el papel de las empresas multinacionales en la homogenización cultural ha sido estudiado y documentado, el rechazo por parte de las sociedades locales –visitadas por las multinacionales– tampoco ha pasado desapercibido. Por ejemplo, hace ya tiempo que las Naciones Unidas tuvieron noticia de esta reacción (Naciones Unidas, 1973). Según esta organización, el rechazo en algunos países receptores se debe entre otras cosas a su poder económico, político –que se desprende del anterior– y al descontento en las élites económicas, sociales e intelectuales –que por supuesto se desprendería de los dos factores anteriores (Naciones Unidas, 1973. p. 55)⁸. Pero, según la misma entidad, el rechazo parte de:

El estilo ostentoso de vida de los empleados extranjeros comparado con el de los empleados locales constituye una fuente de envidia y resentimiento. Los estilos en la dirección, que se orientan hacia la eficacia pero son insensibles a los valores culturales locales, pueden parecer a la población local arrogantes y deshumanizadores. Aun la población local que recibe una buena formación técnica al trabajar en las empresas multinacionales, puede considerarse indebidamente influida por valores extranjeros (Naciones Unidas, 1973. p. 55).

Como se puede observar en lo rastreado acerca de la influencia de las multinacionales sobre las culturas locales, y del efecto al interior de las respectivas culturas locales, se requiere de mayor atención al efecto que estas empresas producen a través de su cultura organizacional. De esta manera, la problemática que atacó la investigación, es el efecto a nivel cultural que tienen las multinacionales a través de su cultura organizacional. Ello desde una perspectiva analítica, la cual que se hará explícita más adelante, tanto en el

⁷ Un término representativo a este respecto es el de *Macdonalización* (Cifuentes, 2004. p. 38-39).

⁸ Una idea similar se encuentra en texto más contemporáneo: CALVANO Lisa, *Multinational Corporations and Local Communities: A Critical Analysis of Conflict*. In: *Journal of Business Ethics* (2008) .p.798.

marco teórico como en el desarrollo sobre la metodología de la presente investigación.

1.2. Cultura organizacional

Tal y como el término cultura organizacional lo sugiere, antes de abordarlo directamente, es necesario hablar del concepto de cultura. No solo porque dicha palabra -cultura- hace parte del término, sino porque la noción antropológica de cultura, es uno de los antecedentes teóricos directos de las elaboraciones que se han realizado, al interior del saber administrativo, sobre la denominada cultura organizacional. Esto es evidente a pesar de la diferenciación que de un lado realizan algunos autores dentro del ámbito de la administración, y del otro, resaltan algunos críticos que enfatizan que el término cultura se encuentra desnaturalizado al ser enclavado desde un enfoque positivista en dicho campo del conocimiento (Hawkins, 1997. p. 427). Las palabras de Brooks (2003) ilustran la diferenciación hecha al interior de la administración.

A nivel organizacional, la cultura es aprendida a través de procesos de socialización que incluyen la capacitación e intervenciones administrativas, mientras que los sistemas educativos, los medios de comunicación, la historia, la política, etc., ayudan a darle forma a la cultura nacional (Brooks, 2003. p. 242)⁹. Traducción libre.

A pesar de esta diferenciación, no puede obviarse –se esté de acuerdo o no con ello- que el término cultura organizacional es heredero de la noción antropológica de cultura. Por tanto, es conveniente comentar y sugerir de qué

⁹ Por su lado, Hofstede (1999) señala: "..., las "culturas" organizativas son un fenómeno en sí mismas, diferentes en mucho aspectos de las culturas nacionales. Una organización es un sistema social de índole diferente a una nación, aunque solo sea porque los miembros de la organización han tenido habitualmente cierta influencia en su decisión de unirse a ella, participan en ella solo durante las horas de trabajo y pueden un día abandonarla" (Hofstede, 1999. p. 54). Las anteriores referencias –a Brooks y Hofstede- son importantes para el trabajo que aquí se presenta. La primera sugiere un tipo especial de aprendizaje de la cultura organizacional, asunto que compete a la relación entre los sujetos y las culturas organizacionales. El segundo pasaje, aviva el interés por observar si estas relaciones van más allá de las horas del trabajo.

manera y con qué dificultades el concepto de cultura ha atravesado “las fronteras” del saber antropológico para formar una de las elaboraciones más difundidas dentro de la disciplina administrativa – la cultura organizacional. Esto especialmente dentro de lo que se ha escrito en torno a la administración de las empresas multinacionales; específicamente al interior del *international management* y su subsidiario, el *cross cultural-management* (Mead, 2005.p. 16)¹⁰.

1.2.1. Cultura.

Desde la aparición del concepto de cultura propuesto por Tylor (1871), autor considerado por algunos como el fundador de la antropología, la noción de cultura ha recorrido distintos campos del saber¹¹. En el ámbito de la administración –puntualmente de la administración internacional- las nociones utilizadas no varían dramáticamente. Si bien algunos términos cambian, el conjunto guarda un significado similar¹².

Una de las definiciones de cultura más repasadas en administración –y obviamente en administración internacional- es la acuñada por Geert Hofstede (1999). En resumidas cuentas, esta indica que la cultura puede ser entendida como un “software mental”:

Cada persona lleva dentro de sí modelos de pensamiento, sentimiento y actuación potencial que ha aprendido a lo largo de su vida...utilizando como analogía la forma en que se programan los ordenadores,...se llamará a esos modelos de pensamiento, sentimiento y actuación programas mentales, o como dice el subtítulo, “software mental”...un

¹⁰ El término cultura organizacional será tratado más detenidamente en el apartado 1.2.2. Cultura y Administración.

¹¹ “...en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad” (San Martín, 1999. p. 43).

¹² “Cultura se refiere a lo aprendido, compartido y a los patrones duraderos de comportamiento pertenecientes a una sociedad. La gente manifiesta su cultura a través de valores, ideas, actitudes, comportamientos y símbolos” (Cavusgil et al., 2008. p. 126) Traducción libre. “La cultura es conocimiento adquirido que la gente usa para interpretar la experiencia y generar comportamiento social” (Luthans and Doh, 2009. p. 96). Traducción libre.

término frecuente para referirse al software mental es *cultura* (Hofstede, 1999. p. 33).

En contraposición a la difusión generalizada de este concepto, que por tanto pareciese de fácil manejo, la metáfora de “software mental” puede causar serios equívocos; equívocos de profundo alcance en el ámbito de la administración¹³. A propósito de las ambigüedades que la definición de Hofstede (1999) implica, para efectos del presente informe de investigación, cabe mencionar dos puntos problemáticos en el concepto mismo.

El primer punto en consideración está relacionado con la definición general de cultura. Hofstede (1999) echa mano de un concepto perteneciente a la propuesta teórica de Bourdieu¹⁴. Según Hofstede (1999), el concepto software mental es similar a un término acuñado por el sociólogo francés: el término *habitus* (Hofstede, 1999. p. 34. n. 2). Dicha comparación, es evidente en el texto, tiene como fin señalar que el *habitus* distingue la colectividad en el que este se gesta¹⁵. Más allá de la validez de este paralelo, lo que llama la atención de la comparación es que deja en suspenso las nociones de “campo” y “libido social”, las cuales hacen parte de la misma propuesta de Bourdieu (1997)¹⁶.

Aunque no debe negarse la existencia de una “ semejanza” entre los conceptos Software mental y *habitus*, el problema radica en que en la divulgación del primero de ellos no enfatiza lo suficiente (Hofstede, 1999. p. 39) un aspecto de gran importancia en la noción de *habitus* de Bourdieu:

¹³ Precisamente en un texto en el cual se discuten la dificultad y las connotaciones que implica la trasmisión del término cultura al contexto administrativo, Francisco López (2004): “es necesario afirmar que toda analogía es inexacta” (López, 2004. p. 135). La comparación nunca será una relación de igualdad.

¹⁴ Llama la atención que precisamente el pasaje del texto de Bourdieu que se toma aquí como referencia tiene el siguiente subtítulo: Contra el utilitarismo (Bourdieu, 1997). Paradójicamente el uso que se hace del concepto de *habitus* lo desarticula de otros conceptos importantes.

¹⁵ El *habitus* da cuenta de una relación entre los agentes y el campo (Bourdieu, 1997. p. 144).

¹⁶ “Una de las tareas de la sociología estriba en determinar cómo el mundo social constituye la *libido* biológica, pulsión indiferenciada, en *libido* social, específica. Existen en efecto tantas especies de *libido* como campos hay” (Bourdieu, 1997. p. 143). Los conceptos, libido y pulsión, están relacionados con el psicoanálisis. Este pasaje del informe de investigación, no tiene como único objetivo criticar la noción de software mental. Además pretende introducir, por lo menos como noción complementaria y problematizadora, la noción de cultura presentada por Freud.

A la reducción al cálculo consciente opongo la relación de complicidad ontológica entre *habitus* y campo. Entre los agentes y el mundo social se da una relación de complicidad infraconsciente, infralingüística: los agentes inscriben constantemente en su práctica tesis que no se plantean como tales (Bourdieu, 1997. p. 144).

Lo que se hace evidente en Bourdieu (1997) es que la relación entre los agentes y el campo -llámese cultura-, no es del tipo que sostendría un sujeto -cultura- con un objeto -individuo- (Bourdieu, 1997. p. 145), objeto que asumiría por un acto consciente de introducción de la información -*downloading*- los elementos del software mental colectivo y que así se programaría perfectamente y sin discusión¹⁷. En la experiencia se trata de una incorporación -adopción, identificación¹⁸- voluntaria sí, pero además en palabras de Bourdieu (1997), infraconsciente.

Si bien Hofstede (1999) menciona la palabra "inconsciente", equiparando el inconsciente con contenidos adquiridos en la temprana infancia (Hofstede, 1999. p. 39), el lugar que le da a esta dimensión en lo que se refiere a la llamada programación mental, es insuficiente. De hecho, para Hofstede (1999) entre el conjunto de contenidos de la cultura, solo los valores entrarían en lo que él denomina inconsciente. Aun admitiendo temporalmente con Hofstede (1999) que el inconsciente es un reservorio de contenidos infantiles¹⁹, es criticable que Hofstede (1999) deje por fuera los símbolos y, además, que a estos les adjudique una duración efímera, cuando paradójicamente afirma que la lengua cabe en la categoría de símbolos (Hofstede, 1999. p. 38). Es que aunque se ha documentado una dramática desaparición de lenguas²⁰, no podría afirmarse por ello que son efímeras; esto sería algo como desconocer el pasado milenario de algunas de ellas.

¹⁷ "Hay situaciones absolutamente paradójicas que una filosofía de la conciencia impide comprender" (Bourdieu, 1997. p. 149).

¹⁸ En la sección 1.3. se tratará con más detenimiento este término.

¹⁹ Como se notará más adelante, los principales textos freudianos a propósito de la cultura, tienen como base una noción diferente del inconsciente. Esta forma de pensar el inconsciente sustituyó en la obra freudiana la idea que lo describía como una instancia compuesta de contenidos, cuya característica principal sería el ser infantiles y traumáticos.

²⁰ El lector puede remitirse al capítulo 9 del Informe de la Unesco (2005): "Conocimientos locales y autóctonos, diversidad lingüística y sociedades del conocimiento".

Lo anterior deja claro que el software mental tiene como talón de Aquiles el proceso a través del cual se transmite una cultura, incluso una cultura organizacional. Es que finalmente el software mental es un concepto que parte de lo que San Martín (1999) señala como noción descriptiva de cultura. Según dicha idea de cultura, ella sería el compilado de características que reunidas en un conjunto darían como resultado la cultura misma²¹. Así, como es notorio en la presentación hecha por Hofstede (2005) de una serie de dimensiones culturales, continuos en los que se ubicarían las diferentes culturas nacionales, y que permitirían establecer comparaciones entre ellas, el proceso a través del cual se transmiten al (los) individuo (s) los rasgos culturales queda -dentro de la propuesta de Hofstede (2005) - notablemente desatendidos.

Si bien Hofstede (1999) reconoce que el acercamiento de cada individuo al conjunto de rasgos culturales es particular, y que por tanto puede “reaccionar de maneras nuevas, destructivas o inesperadas” también señala que “el software mental de que trata este libro solamente indica qué reacciones son probables y comprensibles, dado el pasado para uno” (Hofstede, 1999. p. 33).

Se hace entonces evidente que el interés por estudiar los mecanismos psicológicos que facilitan o impiden que este mismo sujeto se programe de acuerdo a un nuevo software mental, por ejemplo, gracias a la “exposición” de un sujeto a otros contextos culturales, no se hace manifiesto en la propuesta del autor. Por tanto, siendo que la presente investigación se pregunta por la relación que algunos sujetos con software mentales predeterminados establecen con culturas organizacionales de multinacionales extranjeras, definiciones que se basen en la noción descriptiva de cultura, por ejemplo la de Hofstede (1999), se muestran aquí de escaso valor heurístico.

²¹ “A este concepto le vamos a llamar descriptivo morfológico, porque, en primer lugar, sirve para describir un tipo o vertiente de la vida humana y, en segundo lugar, describe esa estructura considerándola constituida por una estructura cuya morfología se trata de descubrir y así reproducir en la ampliación de la descripción” (San Martín, 1999. p. 40).

Con lo anterior no se pretende indicar que una descripción de las culturas involucradas -antioqueña y corporativas- sea innecesaria²². De hecho, en el apartado sobre el análisis y sistematización de la información se hace notorio que, para la triangulación de la información, debieron tenerse en cuenta algunos rasgos de la cultura antioqueña y además de las culturas organizacionales en juego. Sin embargo, como supuesto para pensar en la relación de los sujetos entrevistados con las culturas organizacionales se trascendió la descripción, esto con el fin de estudiar los mecanismos en juego²³.

Una noción de cultura que en principio es descriptiva pero que, al enfatizar un rasgo fundamental de todo círculo cultural, termina aislando el mecanismo por el cual la cultura corporativa podría controvertir el lazo entre los sujetos entrevistados y su cultura regional de origen, es aquella expuesta por Freud:

Bástenos pues, con repetir que la palabra «cultura» designa toda la suma de operaciones y normas que distancian nuestra vida de la de nuestros antepasados animales, y que sirven a dos fines: la protección del ser humano frente a la naturaleza y la regulación de los vínculos recíprocos entre los hombres (Freud, 2001. p. 88).

En este pasaje del trabajo titulado “El malestar en la cultura” se hace manifiesto que para Freud (2001) el rasgo primordial de la cultura lo constituyen aquellos elementos que ayudan a armonizar los lazos entre los miembros de un determinado grupo cultural. En efecto, para dicho autor, este rasgo primordial es aquel que sigue permitiendo que los seres humanos mantengan a raya la resolución de sus intereses por vía de la fuerza; esto es, que los vínculos

²² La investigación no pretende establecer específicamente si el término cultura corporativa es válido. Busca analizar la relación que los entrevistados establecen con las correspondientes culturas organizacionales. Los resultados del análisis pueden sugerir sí en los casos analizados puede considerarse la cultura corporativa como una “verdadera” cultura.

²³ Se retoma el término mecanismo de un pasaje de la “Psicología de las masas y análisis del yo” en el cual Freud se pregunta por el mecanismo por el cual se nos posibilita adoptar una actitud frente a la vida anímica del otro (Freud, 2001. p. 104. n. 11).

sociales respondan a una regulación –resultado de una cohesión- dejando de lado la “arbitrariedad del individuo” (Freud, 2001. p. 93).

La noción freudiana de cultura profundiza lo descriptivo, dando lugar además para problematizar las relaciones entre los miembros de un círculo cultural entre ellos y con el grupo mismo. Debido a estas condiciones fue que dicha idea de cultura fue retomada para dar inicio al presente estudio. El siguiente párrafo del escrito “El porvenir de una ilusión” [1927] marca claramente la adecuación de esta noción a los objetivos de la investigación:

Sin advertirlo nos hemos deslizado de lo económico a lo psicológico. Al comienzo nos tentó buscar el patrimonio cultural en los bienes existentes y en las normas que rigen su distribución. Pero llegamos a inteligir que toda cultura descansa en la compulsión al trabajo y en la renuncia de lo pulsional, y por eso inevitablemente provoca oposición en los afectados por tales requerimientos; así devino claro que los bienes mismos, los medios para obtenerlos y los regímenes para su distribución no pueden ser lo esencial o lo único de la cultura. En efecto, están amenazados por la rebelión y la manía destructora de los miembros de la cultura. Junto a los bienes tenemos ahora los medios capaces de preservar la cultura, los medios compulsivos y otros destinados a reconciliar con ella a los seres humanos y resarcirlos por los sacrificios que impone (Freud, 2001a. p. 10)²⁴.

Precisamente en relación a aquello que en este pasaje Freud (2001) denomina como otros medios destinados a reconciliar a los seres humanos con la cultura, se encuentra uno de los conceptos principales que permitió esclarecer la relación de los sujetos culturales entrevistados con las culturas organizacionales de las multinacionales extranjeras en las que trabajan;

²⁴ No bastarían unas pocas páginas para aclarar a cabalidad el concepto de pulsión. Con el fin de evitar sesgos a la hora de presentar su significado en la obra de Freud, tratando de ser sucinto y teniendo presente que la presente investigación no tiene como base principal el concepto de pulsión, puede señalarse que al mencionar pulsión en este apartado, Freud se refiere la búsqueda de satisfacción por parte del sujeto. A primera vista, la renuncia a lo pulsional de la que habla Freud en este pasaje, es equivalente a transformación que menciona Bourdieu (1996) en el fragmento citado en el pie de página 6 de este informe de investigación (Bourdieu, 1997 p. 143).

puntualmente la identificación, como mecanismo que procura esta reconciliación.

Queda pendiente para la sección número 1.2.3. del presente trabajo, el repaso del concepto de identificación y de sus relaciones con la noción de cultura. Adelantándose un poco, puede anotarse que la identificación es un mecanismo fundamental en la constitución y estabilidad de cualquier círculo cultural. Ella se manifiesta en la organización de sus miembros conforme a los valores que le son propios. Por ahora, por motivos que tocan a la extensión del informe de investigación, se pasará a tratar el término cultura organizacional.

1.2.2. Cultura y administración

El concepto cultura organizacional empieza a ser observado con interés en el ámbito administrativo alrededor de los años 1970. Sin embargo, los trabajos a propósito de lo que se convertirá en los años 1980 en un tema de recurrente en el campo administrativo, no comenzarán a pulular sino hasta entonces. Uno de los escritos más representativos, por considerarse además inaugural, es el libro de Peters y Waterman (1982), *In Search of Excellence*²⁵. Este best-seller presenta una versión bastante pragmática del concepto. Los autores del libro sugieren que una cultura organizacional fuerte, fuerte en la medida en que unifique a los miembros de la organización en torno a una visión compartida, es la condición para que una compañía llegué a tener éxito (Hawkins, 1997 .p. 419).

Otro de los autores pivote en la definición y uso del término cultura organizacional es Edgar Schein, profesor del MIT. Según Schein (1988), aquello que propició que el concepto se popularizara en el escena de los estudios administrativos –inicialmente estadounidense- fue el ascenso ejemplar de la competencia japonesa; adelanto especialmente preocupante para las empresas estadounidenses (Schein, 1988. p. 3). No obstante, según el mismo Schein (1988), el hecho de que dichas empresas se caracterizaran por

²⁵ Ver Hawkins (1997)

compartir el mismo contexto cultural –nacional-, no explicaba el hecho de que ellas fueran compañías de “excelencia”²⁶, y que por tanto, estuviesen poniendo en aprietos a las corporaciones estadounidenses. Dicha afirmación contradice la opinión que algunos autores tienen a propósito una aproximación distinta. Algunos expertos señalan que el estudio de la cultura organizacional no puede abstraerse del estudio de las culturas nacionales” (Batteau, 2000. p. 727); (Chanlat et al. 2008. p. 13).

Volviendo a Schein (1988), debido entonces a que el concepto cultura organizacional permite especificar las condiciones de éxito de cada una de las empresas, más allá de su origen nacional, dicho concepto toma relevancia en los estudios organizacionales (Schein, 1988. p. 3). Es por esto que precisamente el autor en mención delimita, anticipando que es una idea traída de la antropología funcionalista (Schein, 1988. p. 7), una definición de cultura organizacional que, como se notará un poco más abajo, continua siendo vigente en el campo administrativo. La definición presentada por Schein (1988), en la que se hace visible el carácter funcionalista, es la siguiente:

(1) Un patrón de presupuestos básicos, inventado, (2) descubierto o desarrollado por un grupo dado, (3) en la medida en que intenta resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna, (4) que ha funcionado lo suficientemente bien para ser considerada válida, y por tanto (5) merece ser enseñada a nuevos miembros como (6) la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación a esos problemas (Schein, 1988. p. 7). Traducción propia.

Si en los puntos 3,4,5 –la numeración es parte de la definición original de Schein (1988)- se hace notar el carácter funcionalista de esta concepción, en los puntos 1 y 6 quedan mencionados aquellos que serían los componentes específicos de la cultura organizacional. El esquema que se retoma a continuación (Schein, 1988. p. 9), parte integral del trabajo de Schein, muestra

²⁶ Se retoma el término de Peters y Waterman (1982) pues, como lo podrá observar el lector, su aproximación coincide por lo menos en los objetivos hechos explícitos por Schein (1988).

de manera puntual dichos elementos de la cultura organizacional, esto en compañía de otros no especificados en la definición misma:

¿Qué es cultura organizacional?

Artefactos

Estructuras y procesos organizacionales visibles (Difíciles de descifrar)

Valores

Estrategias, objetivos, filosofías (justificaciones defendidas).

Supuestos subyacentes

Creencias inconscientes y tomadas como supuestos. Hábitos de percepción, pensamiento y sentimiento (fuente primordial de los valores y la acción).

Traducción libre.

A partir de la revisión del trabajo inaugural de Schein (1988) respecto a la cultura organizacional, principalmente varios puntos llaman la atención para efectos del presente informe. Uno de ellos es que tanto la definición –con

énfasis en lo descriptivo- como su carácter funcionalista, se han mantenido en el ámbito administrativo. Si se observa por ejemplo la idea que presenta de Millman (2007) casi dos décadas después, los parecidos en ambos conceptos son notorios:

La cultura corporativa describe el conjunto de presupuestos, prácticas y normas que la gente en una organización adopta a través del tiempo. Ello significa que los empleados tienen que adoptar dichos elementos, eventualmente llegando al punto en el que ellos los toman como dados y los transmiten a otros empleados (Millman, 2007. p. 44)²⁷. Traducción libre.

A propósito de la concepción funcionalista, otros autores pueden ser citados como ilustración de su eco en el campo administrativo. Un ejemplo de esto se encuentra en las palabras de Camerer y Vepsalainen (1988), quienes siguiendo a Schein, se empeñan en mostrar la cultura organizacional como un asunto netamente económico, esto es, como una solución a problemas administrativos. Es así que señalan que la cultura organizacional:

...soluciona el problema de especificar reglas amplias y tácitas...para acciones apropiadas ante contingencias inespecíficas. Claro está, las culturas no son solo esclavas de la eficiencia. Las reglas culturales las compensaciones de los propietarios entre beneficio y satisfacción de los empleados, calidad del producto y otros valores (Camerer and Vepsalainen, 1988. p. 115-116). Traducción libre.

Leyendo las anteriores apreciaciones sobre la cultura organizacional es fácil notar que una aproximación tal a la cultura organizacional, de un lado, se diferencia del concepto antropológico –no funcional- de cultura. Es que pensar desde esta perspectiva la cultura organizacional la ubica como una respuesta a “...los imperativos de la racionalidad y a los accidentes de la competencia y de la estrategia” (Batteau, 2000. p. 736). De otro lado, es evidente que la

²⁷ La definición que Schein (1988) realiza teniendo como base la antropología funcionalista (Schein, 1988. p. 7), es una especie de conglomerado de artefactos –estructuras y procesos organizacionales visibles, valores –estrategias, metas y filosofías- y supuestos implícitos – creencias, hábitos de percepción, pensamientos y sentimientos asumidos e incluso inconscientes (Schein, 1988. p. 9). Nótese la similitud con la definición antes citada de Millman (2007).

noción funcionalista de la cultura organizacional la convierte en un medio potencial de aculturación que introduciría a los empleados en una nueva cultura de calidad, servicio y competitividad global (Casey. p. 166).

Otro punto que llama la atención del tratamiento que Schein (1988) da a la cultura organizacional es el uso que hace de la palabra « inconsciente ». Es interesante que como Hofstede (1999), también autor de reconocimiento en Administración, solo toque tangencialmente lo que significa para él dicho término. Mientras que para Hofstede –que cuando habla del carácter inconsciente de algunos contenidos culturales se refiere a las culturas nacionales - tiene que ver con unos aprendizajes infantiles, para Schein (1988) es casi una propiedad de algunos hábitos, percepciones pensamientos y sentimientos. Dicha propiedad es resumida por el autor con la expresión en inglés “taken for granted” (Schein, 1988. p. 9), esto es, dados por sentados (traducción libre).

Es conveniente anotar que en este punto se marca una diferencia adicional entre las aproximaciones de Hofstede (1999) y de Schein (1988). Al hecho de que el primero al hablar de contenidos inconscientes se refiere a culturas nacionales, mientras que el segundo remite a culturas organizacionales, debe sumarse que para Hofstede (1999) el carácter inconsciente de los valores lo da el que hayan sido aprendidos en la infancia (Hofstede, 1999.p. 39). En tanto que para Schein (1988), los valores en sí –en este caso organizacionales- no son inconscientes ; son el punto de partida de otros contenidos de la cultura – organizacional- que por estar enraizados en ellos, adquieren dicho carácter ; esto sin que intervenga en su devenir inconscientes el hecho de ser aprendizajes infantiles. En otras palabras, según lo presentado por Schein (1988), para que elementos de la cultura organizacional sean inconscientes, no se requiere que sean aprendidos en la infancia.

Vale agregar, antes de terminar con este recorrido por el término cultura organizacional, que tanto en Hofstede (1999) como Schein (1988), autores tomados como ejemplos por ser representativos en el tratamiento de la cultura y la cultura organizacional al interior de la disciplina administrativa, el uso de la

palabra inconsciente -para tratar el fenómeno de adquisición de las respectivas culturas- deja mucho en suspenso. Lo anterior por limitarse a una caracterización de contenidos, sin que ello ayude a explicar cómo estos contenidos pasan ser parte de la subjetividad de los sujetos involucrados.

La presente investigación, al tratar el alcance de las culturas organizacionales sobre las subjetividades culturales de los entrevistados, requiere de una profundización en el en el proceso de adquisición de la cultura corporativa. Por lo tanto, la siguiente sección del informe tratará de presentar una aclaración de los mecanismos en juego en dicho proceso y de mostrar las limitaciones del uso que del término inconsciente hacen estos dos célebres autores de la cultura y cultura organizacional en el saber administrativo.

1.3. Subjetividad, multinacionales y cultura organizacional

El apartado dedicado a la cultura organizacional presenta el trasfondo epistemológico que enmarca el uso común de ese término al interior del saber administrativo. El talón de Aquiles de las propuestas de Hofstede (1999) y de Schein (1988), elaboraciones que han guardado vigencia en el campo administrativo por algo más de 20 años, es precisamente al hecho de tomar la cultura desde lo que Sanmartín denomina: noción descriptiva de cultura. El sello de esta forma de concebir la cultura –antropológica u organizacional- lo constituyen las posibilidades que ofrece para una enumeración de rasgos que hablaría del correspondiente conjunto cultural. Pareciera que a causa de este notorio énfasis, queda descuidada otra dimensión de la cultura: la que abarca los acercamientos de cada sujeto al conjunto de aspectos culturales que caracterizan cada grupo.

La importancia de pensar en la actualidad otra dimensión de la cultura, está dada por el incremento en la facilidad, que tiene cada sujeto, de encontrar a su alcance diversos referentes que podrían tomar la categoría de culturales. Así, para nombrar algunos, pueden enumerarse algunos ámbitos culturales tales

como el organizacional, el nacional, el global, etc.²⁸. Tener presente esta variedad de posibilidades de que dispone un sujeto para tomar referencias culturales, ayuda a pensar el cambio cultural acelerado por la globalización (Leung et al. 2005. p. 363).

A propósito del efecto que ha tenido la globalización sobre el sujeto, puntualmente a nivel de la facilitación en el encuentro de diversos referentes culturales, comenta Laurent (2007):

La movilización general de la subjetividad que supone el capitalismo global como civilización, tiene consecuencias sobre los lazos sociales; estos se fragilizan...A medida que se destruyen las identificaciones de las viejas tradiciones, todo es oportunidad; hay que estar preparado para cualquier cosa, para aprovecharla. Esto, en primer término, es lo que constatan la sociología o la psicosociología: un sujeto separado de sus tradiciones, que a largo plazo reconstituye identificaciones de nivel más bajo, menos costoso, que supone un esfuerzo de creencia menor, una reconstitución de comunidades inestables (Laurent, 2007.p. 35).

Esta afirmación de Laurent (2007) con respecto al impacto que sobre el sujeto ha tenido la globalización del sistema económico capitalista, está compuesta de una serie de ideas que conviene tratar, esto con el fin de continuar delimitando el objeto de la investigación. A saber:

- Capitalismo global como civilización.
- Movilización general de la subjetividad.
- Identificaciones tradicionales y de bajo nivel.

1.3.1. Capitalismo global como civilización.

²⁸ Según Scholte (2005) otros referentes estarían marcados por la religión, la raza, género, la edad, etc. La tendencia marcada por la globalización va de la identificación con la nación a una que daría como resultado una mezcla o híbrido de las anteriores.

La primera de estas ideas ha sido considerada ya en este informe. Se ha tratado de sugerir que las multinacionales tienen un impacto cultural en los países que visitan. En este sentido es posible deducir, de acuerdo a las categorías parafraseadas en la sección en la que se ofrecen algunas definiciones de las multinacionales (1.1.1.), que las llamadas multinacionales “etnocéntricas” provocarían un cambio sociocultural mucho mayor que por ejemplo las “policéntricas”. Sin embargo, la presente investigación no pretende establecer cuáles de las multinacionales extranjeras en las que trabajan los entrevistados son etnocéntricas, policéntricas o entoncéntricas. Para dar cuenta de ello bastaría indagar en las mencionadas empresas por la estrategia de internacionalización que estas utilizan, pues finalmente, la mencionada clasificación parte de la observación de la estrategia empleada por las multinacionales (Deresky, 2008. p. 346). Lo que interesa estudiar es el papel de la cultura organizacional de estas multinacionales en el impacto cultural que la entrada de estas empresas a los contextos locales implica.

Sobre la manera en que las multinacionales impactan culturalmente las sociedades que visitan, ha sido reconocido haciendo hincapié en la buena cara de la globalización, que las multinacionales han tenido un rol fundamental en la dominancia a nivel global valores asociados con la economía de mercado, la democracia, el respeto por la diversidad, libertad de elección, derechos del individuo y apertura al cambio (Leung et al, 2005. p. 363). Hace algunas décadas, algunos autores, eran menos pudorosos al nombrar los valores que subyacen las corporaciones multinacionales:

Asumimos que el valor subyacente de las corporaciones es la maximización del beneficio; otros valores evidenciados por una cultura (organizacional) son simplemente medios para conseguir beneficios (Camerer and Vepsalainen, 1988. p. 115-116). Traducción libre.

Ahora bien, esta asociación de las compañías multinacionales con valores que se desprenden de la racionalidad económica y de la fé en la tecnología sigue siendo aun considerada. Igualmente se continua mencionando el rechazo de

las comunidades locales ante lo que algunas de ellas consideran como una imposición de valores de orden capitalista (Calvano, 2007. p. 798).

Al tener presente que ha sido admitido aun en la actualidad el rol de las empresas multinacionales en la difusión a escala global de valores asociados con el sistema económico capitalista, la pregunta por el papel que en este proceso tiene la cultura organizacional toma preponderancia. La formulación de esta pregunta, obviamente, puede hacerse desde diversos puntos de vista. El sentido con que se abordó en la presente investigación esta problemática es sugerida por la siguiente afirmación: ...la identidad de un individuo que trabaja en el marco de una organización, interactúa con los procesos de identificación de la organización (De Waele et al., 2005. p. 126).

De acuerdo a lo anterior, cabe entonces admitir el supuesto de que al trabajar en el marco de una empresa multinacional extranjera, marco constituido entre otros aspectos por la correspondiente cultura organizacional, por poner un ejemplo, por sus valores –valores como se ha visto asociados al capitalismo-, los sujetos se ven expuestos, a través de la cultura organizacional, a valores asociados con la economía de mercado. Y si los sujetos son expuestos a este panorama axiológico, esto los afecta en primera instancia en su subjetividad.

1.3.2. Movilización general de la subjetividad

El concepto de subjetividad, segundo punto a tratar en la definición de Laurent (2007) en la que se menciona la movilización de aquella a partir de la difusión de la civilización capitalista, en aras de la coherencia teórica, debe ser abordado aquí desde la perspectiva psicoanalítica. Es por ello que algunos conceptos pertenecientes a la teoría psicoanalítica freudiana y lacaniana hacen las veces de sustento de la noción de subjetividad²⁹. Esta última propuesta

²⁹ Jacques Lacan: autor influyente en la escena psicoanalítica francesa. A partir de su revisión de la obra de Sigmund Freud construyó una serie de conceptos de los cuales el de "sujeto del inconsciente", como se verá a continuación, hace aquí las veces de supuesto ontológico. De la obra de estos dos psicoanalistas se tomarán algunos elementos relevantes para la comprensión del concepto de Identificación. La presente investigación no pretende un rastreo a profundidad del concepto en dos obras tan extensas como complejas. Los supuestos

teórica ha sido considerada en el estudio de las realidades organizacionales e incluso varios autores la han asumido en sus investigaciones por su potencial heurístico³⁰; (Arnaud and Vanheule, 2007. p. 360); (Harding, 2008. p. 43-44); (Gabriel and Carr, 2002. p. 348). Por ejemplo, para De Swarte (1998), una de las áreas que en estudios organizacionales se presenta como más fecunda para la reflexión desde la teoría lacaniana es la administración de recursos humanos (De Swarte, 1998.p. 464). Divergiendo de la “aplicabilidad” que De Swarte (1998) supone a dicha teoría, esta cobra aquí la función especificada por Lacan (2001): ...el psicoanálisis no tiene el privilegio de un sujeto más consistente, sino que más bien debe permitir iluminarlo igualmente en las avenidas de otras disciplinas (Lacan, 2001b. p. 220).

En este sentido Recio (1994) anota:

La relación entre psicoanálisis debería situarse en la reflexividad y no en la instrumentalidad...Más pertinente es pensar la investigación social a través de la teoría psicoanalítica. Esto nos permite entender mucho mejor, no solo la propia investigación, sino lo social mismo (Recio, 1994. p. 487-488)³¹.

Precisamente ese es el lugar que algunos conceptos de la teoría psicoanalítica tienen en la presente investigación social. Como se verá más adelante – apartado 1.3.3.-, en los albores del psicoanálisis, Freud (2001) utilizó conceptos extraídos por él mismo de la clínica, con el fin de esclarecer algunos fenómenos sociales³². Igualmente, puede citarse como ejemplo de la reflexión que permiten los conceptos psicoanalíticos fuera del ámbito de la clínica, un comentario de Lacan (2001) acerca de un evento inaugural de la escuela de

ontológicos son presupuestos acerca de la naturaleza de la realidad estudiada (Blaikie, 2007. p. 12).

³⁰ Con la expresión potencial heurístico el autor se refiere a la posibilidad que tienen los conceptos psicoanalíticos de participar en la resolución de un problema de investigación social.

³¹ En el contexto administrativo, esta negativa a instrumentalizar el psicoanálisis responde al intento por evitar que la teoría sirva de pivote para soluciones que se dirijan a la maximización de beneficios. El siguiente comentario de Lacan (2001) toca el asunto: “No nos referimos por supuesto a esa extraordinaria transferencia lateral, gracias a la cual regresan a bañarse en el psicoanálisis las categorías de una psicología que revigoriza con ello sus bajos empleos de explotación social” (Lacan, 2001. p. 778).

³² Más abajo se hará referencia precisamente a algunos de los textos en los cuales Freud (2001) se remite a las masas.

las relaciones humanas, escuela que conforma el saber administrativo y cuyo posterior desarrollo desembocará en el concepto de cultura organizacional:

Se sabe, por lo demás, que esos fenómenos (de asimilación social) ya han atraído, desde el punto de vista único del rendimiento, la atención de los explotadores de trabajo que no se contentan con palabras, y justificado en la *Hawthorne Western Electric* los gastos de un estudio continuado por años de las relaciones de grupo en sus efectos sobre las disposiciones psíquicas más deseables entre los empleados (Lacan, 2001a. p. 137).

Este pasaje de la obra del psicoanalista francés (Lacan, 2001), da cuenta de las posibilidades que ofrece la teoría del sujeto –la teoría psicoanalítica³³–, como fuente de reflexión a propósito de la teoría y prácticas administrativas, tales como las asociadas con el término cultura organizacional. Es desde este referente teórico que se pretende esclarecer las relaciones que algunos sujetos establecen con las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras.

Vale agregar que igualmente, parte de la problemática general en la que se circunscribe la presente investigación, puede ser observada echando mano de algunos conceptos psicoanalíticos. Por ejemplo, Lacan (2001) comenta las consecuencias a nivel de desintegración social y de incremento de la agresividad entre semejantes en competencia, de la difusión de uno de los valores relacionados con la globalización del sistema económico capitalista; siendo esto:

Aquí, el psicoanalista puede indicarle al sociólogo las funciones criminógenas propias de una sociedad que, exigente de una integración vertical, extremadamente compleja y elevada de la colaboración social, necesaria para su producción, les propone a los sujetos por ella empleados ideales individualistas que tienden a reducirse a un plan de asimilación

³³ El sujeto del inconsciente es una cuestión ajena a la investigación social. Sin embargo: “Por medio de la teoría del sujeto se puede dar cuenta del individuo, es decir, de un producto que se autoproduce” (Recio, 1994. p. 489). En otros términos, la idea de un sujeto sin una identidad fundacional, en busca constante de identidad, sujeto que precede así a la constitución de una subjetividad cambiante, si no es el concepto base de la investigación, tampoco es aquí ignorado. Es decir, la noción de sujeto del inconsciente sienta el supuesto ontológico para una investigación que versa sobre la variabilidad de la subjetividad –que incluye la dimensión cultural.

cada vez más horizontal. Esta fórmula designa un proceso cuyo aspecto dialéctico se puede expresar de manera sucinta dando a observar que, en una civilización en la que el ideal individualista ha sido elevado a un grado de afirmación hasta entonces desconocido, los individuos sentirán, harán y amarán exactamente las mismas cosas a las mismas horas en porciones de espacio estrictamente (Lacan, 2001a. p.136).

Lo presentado hasta aquí en esta sección del informe, ilustra cómo a partir de algunos conceptos de la teoría psicoanalítica se pueden dar luces acerca de la problemática general en la que se enmarca esta investigación, así como de algunas realidades organizacionales relacionadas con ella, tales como –en este caso- la relación que establecen algunos sujetos con culturas organizacionales de multinacionales extranjeras. De hecho, la última cita extraída de la obra de Lacan (2001), hace referencia ya a la nombrada “movilización de la subjetividad” hacia una civilización regida por ideales individualistas, en las que según lo comentado arriba, la cultura organizacional de las multinacionales tiene un rol importante³⁴.

El sentido del término subjetividad, tal y como aquí se retoma, hace necesario esclarecer su relación con el concepto psicoanalítico “sujeto del inconsciente”. Dado que la presente investigación, por ser investigación social y no psicoanalítica, no versa exactamente sobre el sujeto del inconsciente, este concepto solo se toca de manera adyacente. No obstante, es digno de mención pues este concepto hace aquí las veces de supuesto ontológico respecto al cual se despliega el término subjetividad³⁵.

Mientras que sujeto del inconsciente, término central en la obra de Lacan, hace referencia a una falta primordial de identidad que es fundamental en el ser humano³⁶, subjetividad remite a una de las posibles, múltiples y variables respuestas que el sujeto mismo da a dicha falta. Respuestas que se consignan

³⁴ La primera parte del presente capítulo menciona el rol de fuerza cultural que tienen las empresas multinacionales.

³⁵ El lector se puede remitir al pie de página número 2 para conocer qué se entiende aquí por supuesto ontológico.

³⁶ Entre otras cosas, a esto se refiere Lacan cuando escribe sobre una ilusión de completud sostenida por el pensamiento moderno (Lacan, 1995. p. 78), e incluso por la psicología, a propósito del ser humano (Lacan, 2001. p. 222).

en torno a la falta originaria de identidad a través de lo que en psicoanálisis recibe el nombre de identificación³⁷. Con lo cual, resumiendo, se puede indicar que la subjetividad equivale a una “superposición de identificaciones” (Recio, 1994. p. 484).

En lo que compete a una investigación que pretende esclarecer la relación que establecen algunos sujetos con las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras, es necesario distinguir entre esa variedad de identificaciones que pueden servir de respuesta ante la falta fundamental de identidad del sujeto, aquellas que Laurent (2007) refiere a las tradiciones y las que, con menos poder de injerencia en el asunto, que el mismo autor caracteriza como de bajo nivel; entre las cuales estarían en principio las que ligan a los sujetos con la cultura organizacional. Por tanto, estos dos tipos diferenciados de identificaciones contribuyen también a la configuración de la subjetividad de los sujetos.

1.3.3. Identificaciones tradicionales y de bajo nivel

Retomando la idea antes citada de Laurent (2007), lo que él llama la movilización general de la subjetividad a partir de la globalización del capitalismo, específicamente a partir de la difusión de valores asociados con este sistema económico, se da a través de identificaciones de distinto orden. Desde el punto de vista teórico, esta aseveración sugiere que el concepto identificación es solidario del término subjetividad. Del otro lado, señala que la movilización de la subjetividad causada por el capitalismo global, recorre un camino que va de las identificaciones tradicionales a identificaciones de más bajo nivel. En otras palabras, la movilización de la subjetividad sigue una tendencia que iría de un extremo polo³⁸, constituido por las identificaciones

³⁷ Por ahora se pretende resaltar las relaciones de la subjetividad con la identificación. A continuación se comentará con más detenimiento este último concepto dado, que además hace parte esencial del marco de referencia de la investigación.

³⁸ En adelante, se llamará polo a cada uno de los extremos entre los cuales se moviliza la subjetividad. La palabra *polo* no hace parte del texto de Laurent (2007) y tampoco allí se habla explícitamente de extremos entre los que se moviliza la subjetividad. Esta idea se extrae del sentido que sugiere el conjunto del texto en referencia. El lector podrá observar en el análisis

tradicionales, a otro que se construye a partir de identificaciones de más bajo nivel³⁹. Dentro de las cuales, cabría esperar están las identificaciones con culturas organizacionales de multinacionales extranjeras. De hecho, como se observará en la descripción del análisis de la información, y en las conclusiones del estudio, algunas de estas culturas organizacionales, por vehiculizar valores propios del capitalismo global y por tanto en principio no proponer una cohesión grupal, no pueden más que suscitar identificaciones de bajo nivel.

Por ahora, conviene dar sentido a los tipos de identificación entre los cuales, a causa de la globalización del capitalismo –los valores que este implica-, se movilizaría la subjetividad. Hacer un recorrido por el término de identificación de Freud y Lacan⁴⁰, puede dar luces sobre las significaciones de los correspondientes tipos de identificación. Y además, ayudar a responder las siguientes preguntas:

¿Cuál es la naturaleza de la identificación cuando se habla de superposición de identificaciones, precisamente en una investigación que versa sobre el alcance de las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras en la subjetividad? En otras palabras, ¿Qué tan consistente puede ser el efecto transformador en las subjetividades de las identificaciones con culturas organizacionales de multinacionales extranjeras?⁴¹

El concepto de identificación es parte fundamental de la teoría psicoanalítica freudiana. En la obra de Freud (2001) este término da cuenta de un mecanismo psicológico central en la constitución del sujeto humano y que puede definirse, según la lectura que hacen Laplanche y Pontalis (1996) del

de la información, que la categoría polo –extremos entre los que se moviliza la subjetividad- fue esencial para arribar a las conclusiones del estudio.

³⁹ En este mismo apartado se recurre a un texto de Ortiguz (1994). Este autor puede ayudar a aclarar la diferencia entre ambos tipos de identificación.

⁴⁰ Este último autor es un referente importante en el trabajo de Laurent (2007) que aquí se cita. Asimismo, la obra de Freud es una referencia primordial para Lacan.

⁴¹ La respuesta a la naturaleza de las identificaciones que conforman la subjetividad cultural es presentada aquí desde lo teórico. Así, la correspondiente sección del marco teórico la resuelve desde el punto de vista de distintos autores. La réplica a la segunda de las preguntas, comienza a perfilarse claramente desde los hallazgos de la investigación. Particularmente en el apartado denominado "Planeación" (3.3), se declara que las respectivas identificaciones cala en las subjetividades de los entrevistados. Esto, es: dichas identificaciones marcan la movilización de dichas subjetividades. En efecto, lo que a partir de los hallazgos se denominará tensión, es un signo de la movilización de dichas subjetividades.

concepto en la obra de Freud, como un “proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de este”. (Laplanche y Pontalis, 1996. p. 184-185). Este efecto transformador de la identificación hace también parte del sentido que el término tiene desde el comienzo de la teoría psicoanalítica de Lacan (Lacan, 2001. p. 87).

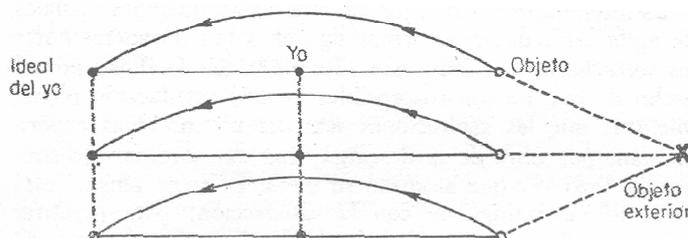
Para continuar, una vez presentado el significado general del término identificación, conviene esclarecer desde los mismos autores de los que se extrae dicho significado –Freud y Lacan-, el sentido que tienen las expresiones identificación tradicional e identificación de bajo nivel; si bien estos términos no se hallan en los respectivos trabajos. Los escritos de Freud acerca de los fenómenos de masa, es fundamental en este sentido. En uno de sus textos más reconocidos, “Psicología de las masas y análisis del yo” (2001), Freud (2001) aclara que la unión que caracteriza estos fenómenos de la psicología colectiva, de un lado puede ser entendida considerando la “ligazón recíproca entre los individuos de la masa (*que*) tiene la misma naturaleza de una identificación de esta clase (*identificación parcial*) (mediante una importante comunidad afectiva)” (Freud, 2001b. p. 101). Dicha ligazón⁴², de orden “parcial”, es el resultado a su vez de una identificación con un rasgo específico del modelo –del líder del grupo, con el que los miembros de la masa se identifican entre sí (Freud, 2001b. p. 91, 95, 101, 135).

Por su lado, Lacan (2001), siguiendo al inicio de su obra este mismo pasaje de “Psicología de las masas y análisis del yo”, señala que la comunidad afectiva, o en otros términos la comunión de los individuos del grupo, es el efecto de una “...identificación con la imagen que da al agrupamiento su ideal”, de una “identificación imaginaria” (Lacan, 2001c. p. 470).

Este tipo de identificación, es una de las dos modalidades que están en juego en la constitución y funcionamiento de un grupo humano estable en el tiempo.

⁴² Esta palabra tiene aquí uno de los sentidos acotados por Laplanche y Pontalis (1996) en su “Diccionario de psicoanálisis”: “La idea de un conjunto que mantiene cierta cohesión, de una forma definida por ciertos límites y fronteras” (Laplanche y Pontalis, 1996. p. 216).

Ambos tipos de identificación son representados gráficamente por Freud (2001) en su texto “Psicología de las masas y análisis del Yo” (1921) (Freud, 2001b. p. 110):



Entre otras cosas, este esquema muestra el movimiento por el cual, distintos individuos se identifican entre sí. Los individuos –Yo-, están representados en el dibujo por los puntos que atraviesa la línea vertical central, línea que a su vez dibuja la identificación entre los Yo. De otro lado, al seguir el sentido de las flechas, se observa el movimiento por el cual es introducido, primero en el yo de los individuos partícipes del grupo, y luego en su Ideal del yo, el objeto exterior –el conductor de las masas en este caso. El ideal del yo está dibujado en el esquema por los puntos atravesados por la línea vertical izquierda. Esta línea punteada, por su parte indica que los sujetos comparten al menos parcialmente algunos rasgos de sus ideales del Yo⁴³. Esto es, los sujetos están identificados a un nivel –identificación con un rasgo del líder- que supera la sola percepción de rasgos comunes en sus semejantes en la masa – identificación con semejantes.

Los lazos establecidos por identificación, dibujados en el esquema por líneas verticales discontinuas y que en posteriores textos de Freud continúan determinando el funcionamiento de las masas⁴⁴, se exteriorizan como sugestión e imitación (o contagio) (Freud, 2001b. p. 73, 85). El primero de

⁴³ Esta forma de expresar los vínculos identificatorios que establece el sujeto con el grupo, requiere una aclaración de los términos utilizados por Freud (2001), a saber: yo e ideal del yo. Este último, utilizando una expresión de Freud (2001), es un grado en el interior del yo-total (Freud, 2001. p.123), es decir, una instancia psíquica al interior del sujeto. Esto es, el ideal del yo es una parcela psíquica al interior de cada sujeto. Como función, el ideal del yo “abarca la suma de todas las restricciones que el yo debe obedecer” (Freud, 2001. p.123). De otro lado, el yo es aquella instancia psíquica del sujeto que tiene como funciones el control de la motilidad y de la percepción, el pensamiento racional entre otros. Asimismo, hace las veces de mediador ante exigencias que le son dadas al sujeto (Laplanche y Pontalis, 1996. p. 467). Por ejemplo, y para el caso, aquellas exigencias que implica la existencia del ideal del yo.

⁴⁴ Ver por ejemplo “El porvenir de una ilusión” (1927) (Freud, 2001. p. 7).

estos fenómenos –sugestión-, responde a la identificación con el conductor de la masa, representada por la línea vertical al extremo izquierdo del esquema. Mientras que la imitación es la exteriorización de la identificación recíproca entre quienes componen el grupo, de nuevo, representada por la línea discontinua ubicada en la parte central del esquema.

El primer tipo de identificación, fundamental para la formación y el mantenimiento de las masas, consiste entonces en que los individuos de la masa toman como modelo un conductor, o un rasgo de este, por el hecho de estar éste fascinado por una intensa creencia (en una idea) (Freud, 2001b. p. 77), de encarnar de manera más o menos completa una idea abstracta (Freud, 2001b. p. 95)- Dicha ligazón tiene como efecto el “sentimiento social” (Freud, 2001b. p. 115), esto es, una regulación de las relaciones entre los individuos – uno de los fines fundamentales de la cultura⁴⁵.

Al tipo de identificación con los ideales del grupo -encarnados por los líderes- que tiene efecto de regulación en los individuos pertenecientes a la masa, Lacan (2001) lo denomina desde sus primeros escritos psicoanalíticos, “identificación simbólica” (Lacan, 2001d. p. 109). Ello, distinguiendo terminológicamente la relación entre los semejantes -miembros de la masa- el concepto “identificación imaginaria”.

En este orden de ideas, mientras el primer tipo de identificación aglutina y mantiene unida la masa, por lo cual es un elemento constitutivo, o si se quiere estructural- del grupo, el segundo tipo de identificación contrariamente puede incluso ocasionar su desagregación. Ambas cuestiones son sugeridas por Freud (2001) en el siguiente pasaje en el que habla de una de las organizaciones de las que se sirve como ejemplo –el ejército-:

El pánico se genera cuando una masa de esta clase se descompone. Lo caracteriza el hecho de que ya no se presta oídos a orden alguna del jefe, y cada uno cuida por sí sin miramiento por los otros. Los lazos recíprocos han cesado... (Freud, 2001b. p. 91).

⁴⁵ Ver “El malestar en la cultura” (1929) (Freud, 2001. p. 88).

Esta desagregación o descomposición que posiblemente implican las identificaciones con aquellos que como semejantes hacen parte de la masa, en ausencia de un vínculo con el conductor con las características descritas por Freud (2001), está explicada por el hecho de que:

..., el prójimo no es solamente un auxiliar y objeto sexual, sino una tentación para satisfacer en él la agresión, explotar su fuerza de trabajo sin resarcirlo, usarlo sexualmente sin su consentimiento, desposeerlo de su patrimonio, humillarlo, infringirle dolores, martirizarlo y asesinarlo. «*Homo homini lupus*» (Freud, 2001. p. 108)⁴⁶.

Es por esto que los efectos de la ausencia de identificaciones con el conductor, están dados precisamente por las posibles consecuencias que implican las identificaciones con el prójimo: desenlace de la agresión que mínimamente acarrea una desintegración social al interior del grupo del cual hacen parte los individuos.

Así, al concebir que la identificación es un medio alternativo para la cohesión del grupo, medio alternativo pero no menos importante si se concibe al grupo no haciendo énfasis en lo económico sino en lo psicológico⁴⁷, entonces se hace referencia específica a la identificación con un rasgo del conductor. Ahora bien, como lo señala Freud (2001), un sujeto puede hacer parte simultáneamente de varios grupos:

⁴⁶ En este extracto de “El malestar en la cultura” Freud retoma la frase en latín que se traduce: “el hombre es lobo para el hombre” (Freud, 2001). “Ahora bien, la noción fundamental de la agresividad correlativa a toda identificación alienante permite advertir que en los fenómenos de asimilación social debe haber, a partir de cierta escala cuantitativa, un límite en el que las tensiones agresivas uniformadas se deben precipitar en puntos donde la masa se rompe y polariza” (Lacan, 2001. p. 136). Esta idea es parte de un trabajo de Lacan acerca de las identificaciones de orden imaginario.

⁴⁷ “Sin advertido nos hemos deslizado de lo económico a lo psicológico. Al comienzo nos tentó buscar el patrimonio cultural en los bienes existentes y en las normas que rigen su distribución...; así devino claro que los bienes mismos, los medios para obtenerlos y los regímenes para su distribución no pueden ser lo esencial o lo único de la cultura... Junto a los bienes tenemos ahora los medios capaces de preservar la cultura, los medios compulsivos y otros destinados a reconciliar con ella a los seres humanos...” (Freud, 2001. p. 10).

Cada individuo es miembro de muchas masas, tiene múltiples ligazones de identificación y ha edificado su ideal del yo según los más diversos modelos. Cada individuo participa, así, del alma de muchas masas: su raza, su estamento, su comunidad de credo, su comunidad estatal, etc. (Freud, 2001. p. 122).

De esta manera, la subjetividad está conformada por diferentes identificaciones de orden simbólico –identificaciones con rasgos de los conductores de los grupos con los cuales se identifica el sujeto- y por una variedad de identificaciones imaginarias –con los otros miembros de los diferentes grupos. La raíz de la subjetividad, raíz que le permitirá al sujeto hacer parte de estos diferentes círculos culturales, la constituye identificación simbólica original; esta hace las veces de respuesta primordial a la falta fundamental de identidad del sujeto. Esta identificación original está asociada con otras identificaciones de orden simbólico, identificaciones que regulan el accionar de cada sujeto dentro de sendos grupos, y adicionalmente se encuentra recubierta por las identificaciones imaginarias en juego al interior de las masas de las cuales forma parte.

Conviene ahora entonces plantear la movilización general de la subjetividad en términos de los tipos de identificación revisados hasta el momento en este recorrido. La movilización de la subjetividad de identificaciones tradicionales a identificaciones de bajo nivel puede pensarse como un movimiento que va del preeminencia de identificaciones simbólicas tradicionales, estables, cohesionadoras de los grupos humanos tradicionales, a identificaciones simbólicas con menos poder sugestivo sobre los individuos y que por tanto tienen menos influjo regulador sobre los efectos de las identificaciones imaginarias, estas últimas, identificaciones con el prójimo que a la vez es enemigo, objeto para satisfacer la agresión y explotar su fuerza de trabajo⁴⁸. Estas identificaciones simbólicas de bajo nivel, son aquellas que se encuentran en aquello que Laurent (2007) denomina "...la sociología de las tribus...Tribus

⁴⁸ "El sentimiento social descansa, pues, en el cambio de un sentimiento primero hostil en una ligazón de cuño positivo, de la índole de una identificación" (Freud, 2001. p. 115).

que son comunidades vinculadas a opiniones transitorias inconsistentes” (Laurent, 2007.p. 36).

La distinción de Ortiguez (1994) entre comunidades de origen y comunidades de objetivos ofrece más claridad sobre este punto. En el siguiente pasaje Ortiguez (1994) no sólo menciona la diferencia entre los dos tipos de comunidad, sino que además refiere las implicaciones de la prevalencia actual de las comunidades de objetivos en detrimento de las comunidades de origen:

Comenzaremos por las comunidades de objetivos. Por ejemplo, en una asociación profesional o un partido político los hombres pueden asociarse en función de ciertos objetivos comunes. Los lazos asociativos que se establecen de ese modo están relacionados con los objetivos que se persiguen. Son vínculos cambiantes que se establecen y se deshacen a lo largo de la vida...Las sociedades modernas son tanto más inestables cuanto más tienden a concebirse como comunidades de objetivos. Las asociaciones de objetivos son inestables porque son sociedades abiertas. Una sociedad que se abre a la economía de mercado es una sociedad donde las relaciones comunitarias tradicionales son cuestionadas. Una turbulencia se introduce en la vida social y la vuelve frágil...Curiosamente, los individuos se sienten perdidos en el anonimato colectivo desde que se liberan de las presiones rituales que singularizan la pertenencia a una nación, a una raza o a una religión (Ortiguez, 1994. p. 88).

Si se observa la definición de una organización productiva se encuentra que los objetivos de la empresa, esencialmente económicos, son fundamentales en su concepción y funcionamiento. Algo similar ocurre con la noción de cultura organizacional difundida en la teoría y prácticas administrativas. Ya desde las definiciones es fácil deducir que las empresas multinacionales, cuyos objetivos no se diferencian según Stiglitz (2006) de la maximización de beneficios, y sus correspondientes culturas organizacionales, caben dentro de lo que Ortiguez (1994) denomina comunidades de objetivos. Así, en principio las identificaciones con las empresas multinacionales y con sus culturas organizacionales, pareciesen ser de bajo nivel. Esta inestabilidad de las identificaciones propias de las comunidades de objetivos, que parcial y

temporalmente ayudarían a constituir la subjetividad de los trabajadores, se vería agravada por el hecho de que las empresas sean extranjeras.

Lo anterior, también en principio, se haría patente sobre todo en comunidades locales visitadas por multinacionales extranjeras, comunidades de origen que como la antioqueña, es y se reconoce como regionalista⁴⁹. A continuación, el informe de investigación presenta esta y otros rasgos de dicha comunidad de origen.

1.4. Identidad cultural antioqueña

En el apartado dedicado al concepto de cultura, si bien se hizo una diferencia entre lo que significa una descripción de la cultura y una concepción de esta que tenga en cuenta la relación de los miembros del grupo cultural con ella, se indicó que para los propósitos de la presente investigación no sería desdeñada la noción descriptiva de cultural. Si la pregunta de investigación pone en primer plano la relación de los sujetos entrevistados con la cultura organizacional de la multinacional extranjera, teniendo como antecedente el vínculo que cada sujeto establece con su comunidad de origen⁵⁰, el análisis de esta relación requiere una descripción de los principales aspectos de las correspondientes culturas organizacionales por supuesto, aquellos declarados por las respectivas multinacionales- y, por su puesto un “retrato” de los rasgos más representativos de la cultura antioqueña.

Mientras que la recopilación de los principales aspectos de las culturas organizacionales involucrada se incluyó como materia prima del análisis de la información, a continuación se propone una imagen que pretende ilustrar los

⁴⁹ Kostova y Roth (2002) encontraron que la confianza de las subsidiarias en los cuarteles generales y la identificación con la matriz de la organización estaba relacionada positivamente con la transferencia a unidades en ultramar de prácticas organizacionales (Björkman and Lervik, 2007. p. 326). Traducción libre.

⁵⁰ ..., hay algo constante que se encuentra en todas partes y que es la tendencia a identificar a un individuo por referencia a la comunidad de origen. Incluso, suele suceder a menudo que no se puede identificar al individuo si no se identifica al mismo tiempo a la comunidad de origen designada por el patronímico familiar o una divisa de clan, sin hablar de emblemas totémicos (como la bandera francesa, por ejemplo). La tendencia a identificar al individuo por la comunidad de origen es tan común que la consideramos totalmente lógica (Ortíguez, 1994. p. 88).

principales rasgos de la cultura antioqueña. Dado que algunas características de este círculo cultural serán mencionados en el apartado sobre el análisis de la información realizado, para evitar repeticiones, no se mencionarán directamente a continuación.

Con el fin de preservar la coherencia con respecto a las nociones de cultura retomadas arriba, se trató de establecer el modelo o imagen con la que se identifican los antioqueños; esto es, la identidad antioqueña⁵¹. De un lado, para Hofstede (1999), quien presenta su concepto basado en la noción descriptiva de cultura, el software mental es un modelo para la acción, el pensamiento y el sentir (Hofstede, 1999. p. 33), si bien no ahonda en el cómo ese modelo entra a hacer parte del sujeto. De otro lado, para Freud (2001), quien conceptualiza el mecanismo por el cual la cultura es asimilada por el sujeto, el rol del modelo encarnado por el conductor, es fundamental para la identificación de los miembros de la masa con el grupo (Freud, 2001b. p. 95).

Como lo anota Londoño (1987), en el caso antioqueño, el respectivo modelo fue construyéndose históricamente hasta constituirse, después de varios siglos, en un referente fundamental en la región:

Necesariamente, debemos considerar el pasado antioqueño como un elemento estructural determinante de su idiosincrasia actual. Los pueblos y las personas tienen un pasado que está ahí latente. Uno de los grandes hallazgos de Freud fue comprender que las experiencias de una persona, y de un pueblo, no desaparecen. Se inscriben como reserva en su memoria cultural. Desde allí determinan su futuro, le dan tonalidad, identidad y carácter a su manera de hacer y aún de dejar de hacer en épocas posteriores (Londoño, 1987. p. 31-32).

⁵¹ ¿De qué está hecha esa identidad? Está hecha de una concepción de la vida que respeta el pasado. Los seres históricos y el hombre lo es y el grupo social lo es, tienen un pasado ineludiblemente, que está atrás inspirando, casi que impulsando hacia adelante y que le da sentido al presente. Ese pasado que está tácito, que está latente, que nos da fruición por vivir, es lo que nos hace sentir apegados a algo, que venimos de algo, que somos algo, que somos hijosdalgo, como dice la palabra castellana. Esa es la identidad (Londoño, 1987. p. 98)

En este pasaje Londoño (1987) aborda una cuestión que, como se mencionó anteriormente, es uno de los rasgos culturales más importantes del antioqueño: su regionalismo⁵². Adicionalmente, este mismo rasgo da cuenta de la estrecha relación de los antioqueños con respecto a su círculo cultural, relación que de antemano haría suponer una mayor dificultad, en el encuentro de un antioqueño con una cultura organizacional de una multinacional extranjera, para el establecimiento de unas identificaciones estables (Laurent, 2007).

Continuando con el informe de los antecedentes hallados a propósito de la identidad cultural antioqueña, de los rasgos que compondrían este modelo, vale agregar que la búsqueda realizada arrojó algunos trabajos un poco más favorables que otros con respecto a la valoración del antioqueño⁵³. Así, el trabajo de Marín (1998) presenta un modelo del antioqueño mucho más benévolo que el de Villegas (2003). Mientras que el primero indica que el antioqueño es "...reconocido como hombre negociante e industrial, persona amable, regionalista, jugador,..., por su espíritu emprendedor y su verraquera..." (Marín, 1998. p. 55), Villegas al representarlo, habla de una serie de contradicciones (Villegas, 2003. p. 109) que van y vienen desde lo virtuoso hasta lo reprobable: ...en su interior –antioqueño- hay una dualidad, una ambigüedad, una contradicción interna que le impide realizarse con decisión (Villegas, 2003. p. 109)⁵⁴.

Sin resignar en el análisis de la información la caracterización de Marín (1998) dada su tendencia a presentar una imagen ideal antioqueño, conforme con los conceptos propios de la dinámica que según Freud (2001) mueve las masas, y en congruencia con la noción de subjetividad descrita arriba, que supone en su

⁵² El regionalismo del antioqueño ha sido objeto del trabajo de varios autores. El texto inédito de Estanislao Zuleta (1970), "Tres culturas familiares colombianas", insiste sobre el asunto. Por su lado, Villegas anota: "Antioquia ha sido una sociedad cerrada, especie de gueto al revés, pues es ella misma la que se aísla..." (Villegas, 2003. p. 117). Ver igualmente: (Villegas, 2003. p. 123).

⁵³ Es conveniente anotar que la búsqueda de imágenes o modelos del antioqueño fue limitada por lo dicho por los entrevistados, en tanto fueron los rasgos de dicha imagen relacionados por los mismos entrevistados, los que fueron retomados para el análisis de la información.

⁵⁴ Por ejemplo, Según Villegas (2003), cristianismo y judaísmo, machismo y matriarcado, forman parte de sus referentes religiosos y de su estructura familiar respectivamente; allí radican la principales contradicciones de la cultura antioqueña (Villegas, 2003. p. 110)

composición una diversidad de imágenes que pueden llegar incluso a ser contradictorias, también se tuvo presente en el análisis de la información el texto de Villegas (2003).

No obstante, un trabajo de inspiración psicoanalítica a propósito de la cultura antioqueña, se constituye para efectos de la investigación en el principal referente a propósito de la identidad cultural antioqueña. No sólo por presentar su tendencia psicoanalítica en distintos pasajes (Londoño, 1987. p. 31-32, 45, 75, 77, 85), alrededor de la cual gira la correspondiente caracterización de la cultura antioqueña, sino también por tratar explícitamente el tema de la identidad cultural del antioqueño (Londoño, 1987. p. 31, 37, 90, 98, 85). Esto además de incluir en su interpretación –de corte psicoanalítico por enfatizar la caída de los ideales regulatorios de la conducta de la masa- el cambio cultural acaecido en Antioquia en los últimos tiempos (Londoño, 1987. p. 82).

Evidencia que hay una honda quiebra cultural es la falla de los mecanismos inhibitorios de las actitudes y acciones. No se atiende ya casi a ninguna forma de sanción de orden moral, penal, pero ni siquiera de tipo social. Decía hace algún tiempo Solzhenitsin en la Universidad de Harvard, que el hombre norteamericano necesita un aparato policial frente a él para comportarse debidamente. No lo hace por convicción o indeterminación de instancias de orden cultural o moral, sino por presión coercitiva. También a nosotros nos ha ocurrido algo parecido. Vivimos en un mundo social permisivo que ya no se sonroja ante nada, donde solo la fuerza logra mantener un orden aparente. Porque también el diablo, el infierno, el purgatorio, dejaron de ejercer su papel policial preventivo de otro tiempo (Londoño, 1987. p. 85)

Para finalizar esta sección sobre los antecedentes a propósito de la identidad cultural antioqueña y comenzar con el apartado metodológico del informe de final de investigación, es necesario anotar que en esta investigación los entrevistados nacidos y habitantes de Medellín, fueron tomados por sujetos antioqueños. Lo inmediatamente anterior está justificado tanto en el trabajo de Londoño (1987) como de Marín (1998): mientras que Londoño (1987) anota que a pesar de que los fenómenos urbanos son diferentes, en algunos

aspectos tradicionales Medellín puede tomarse como una muestra representativa de Antioquia (Londoño, 1987. p. 98), por su parte Marín (1998) sugiere que los símbolos que le dieron su identidad cultural al antioqueño se mantienen en el medellinense, aunque transformados (Marín, 1998. p. 41). Es decir, aunque los sentidos de los referentes tradicionales antioqueños pueden haber variado en el contexto específicamente medellinense, ni estos mismos, ni sus significados ancestrales, han desaparecido totalmente⁵⁵.

Hasta aquí el lector habrá encontrado la combinación de conceptos desarrollada durante toda la investigación. Se trató de un trabajo que no puede ubicarse únicamente en la parte inicial del estudio, puesto que incluso obtuvo su contextura final durante la elaboración del presente informe de investigación. Asimismo, el marco teórico debió ser revisado paralelamente al diseño y puesta en marcha de la metodología, cuestiones que serán tratadas a continuación.

⁵⁵ Más adelante el mismo autor señala: El antioqueño de hoy conserva aquellos elementos constitutivos de su región en el pensamiento y en su actuar...no se desprende de sus símbolos (Marín, 1998. p 54)

2. Metodología

Esta sección del informe contiene tres aspectos fundamentales de la investigación. El primero de ellos consiste en descripción del método utilizado en la investigación. El método, por ser un aspecto no solo fundamental sino además transversal en la investigación, implícita o explícitamente se encuentra presente a lo largo del presente informe final. Incluso al momento de pulir el marco de referencia de la investigación, su aportación fue más que decisiva; la ubicuidad del método es signo de la rigurosidad del estudio. Asimismo, según Toro (2006) al hacer parte de los aspectos prácticos en la formulación del proyecto de investigación, su presentación, y por ende su justificación, es aspecto metodológico (Parra y Toro, 2006. p.16). Es por este motivo por el cual en este informe se incluye lo concerniente al método en el apartado titulado metodología.

Abriendo paso a la recolección sistematización y análisis de la información de la investigación, aspectos netamente metodológicos, la sección continua con una descripción de los acontecimientos que estas operaciones, junto con la aplicación de procesos pertenecientes al método analítico, supusieron. De hecho, como se observará en el apartado 2.2., sección en la que se recopila la experiencia investigativa del autor, dicha experiencia implicó algunas modificaciones en el diseño metodológico inicial.

Haciendo caso a la idea de Galindo (1998) que indica que la metodología de la investigación hace las veces de “guía de operaciones” (Galindo, 1998. p. 23), la parte final de “metodología” está dedicada a exponer el diseño de la investigación en su forma acabada. Así, se expone tanto un panorama general de las operaciones realizadas durante la investigación, como los criterios que teniendo en cuenta el objeto de estudio, fueron utilizados para el diseño de la investigación.

2.1. Método analítico.

El método seguido para esclarecer la relación que algunos sujetos establecen con las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras y así examinar el alcance que estas tienen en las correspondientes subjetividades culturales, es el método analítico. Se consideró que esta investigación, por realizarse desde una perspectiva que pone la mira sobre los testimonios de los entrevistados y lo que en ellos emerge acerca de dicha relación, debía utilizar un método, cuyos procesos fuera posible aplicar sobre lo dicho por los entrevistados. Igualmente, habiendo presentado como objetivo el examen del alcance que las culturas organizacionales tienen en las correspondientes subjetividades culturales, se necesitaba de un método que permitiera ir más allá de lo explicitado por los entrevistados, pero sin que otras fuentes de información tomaran el protagonismo en el análisis de la información. El método elegido permitió en efecto, realizar el análisis de las relaciones establecidas por los entrevistados con culturas organizacionales de multinacionales extranjeras, sin quitarle la primacía al testimonio dado por los sujetos. Esto gracias a los procesos que le son característicos, y que como se verá a continuación, permitieron generar conocimiento “tácito”, pero que partió fundamentalmente de lo enunciado por los sujetos.

A partir de un recorrido etimológico, Gil (2004) señala que el método analítico, puede ser entendido como:

Una manera de proceder que mediante la descomposición busca acceder al conocimiento de un objeto o asunto cualquiera, el método analítico ha sido utilizado por múltiples disciplinas a lo largo de la historia, y actualmente la ciencia lo adopta como parte esencial de su método (Gil, 2004. p. 68).

De hecho, el método analítico puede ser entendido como una particularidad del método científico en tanto es en sí una contrastación dialéctica entre la teoría y la práctica, contrastación de la que puede desprenderse una transformación bien de la una o de la otra (Henaó, 2008. p. 22).

Cuatro procesos son característicos en la aplicación del método analítico. Estos pueden ser descritos de la siguiente manera:

Entender: Este proceso es propiciado por la pregunta acerca de cuál es la lógica interna de aquello que se pretende analizar. Se trata de una lectura intratextual -“lectura interna”- que busca percatarse del (los) sentido(s) de un determinado discurso (Henaó, 2008. p. 26).

Criticar: se trata de un proceso de separación en partes con el fin de comparar los elementos que componen un discurso. Dicho proceso que posee dos formas -interna y externa- que permiten estudiar la consistencia de lo analizado. Comparación interna: a través de esta eventualmente se encuentran vacíos o contradicciones al interior del discurso mismo. Comparación puede ser externa: este proceso consiste en cotejar lo analizado con otros discursos y lleva a la identificación de convergencias y divergencias (Henaó, 2008. p. 27-28).

Contrastar: este proceso consiste en una verificación en la experiencia - alcances del discurso (Gil, 2004. p. 69-70). Dicha verificación puede dar cuenta de la validez, e incluso del impacto o consecuencias de un discurso, es decir, de su eficacia. En este proceso toma forma el método analítico como particularidad del método científico, como contrastación del discurso (teoría) y la práctica (experiencia) (Henaó, 2008. p. 28).

Incorporación: este proceso se genera junto con la aplicación del método analítico mismo. Corresponde al efecto que la aplicación de los procesos, y la dialéctica entre estos, produce sobre quien aplica el método. Este efecto puede ser pensado como una actitud, dada por la aplicación misma del método analítico, frente al fenómeno analizado (Henaó, 2008. p. 28-29). Por supuesto, los efectos de dicha actitud sobre quienes ofrecieron su testimonio son también parte del proceso de incorporación.

Como se hará evidente en el sobre apartado de análisis de la información realizado en el presente estudio, estos cuatro procesos del método fueron aplicados a la información recogida en diferentes frentes. La lectura intratextual fue aplicada a cada uno de los testimonios y documentos. La crítica se empleó al interior de cada uno de ellos y en el comienzo de la triangulación de dicha información, con las referencias teóricas que comporta el marco teórico ya presentado. Finalmente la triangulación de la información fue completada con el proceso de contrastación. Lo anterior da cuenta entonces de la implicación del método analítico en los hallazgos realizados a partir del análisis de la información.

2.2. Memoria metodológica

Lo que pretende presentarse en esta sección es un ejercicio de memoria, en el sentido de esfuerzo por evocar las principales circunstancias del proceso investigativo. Por tanto, el lector podrá apreciar que cada letra que aparece en esta memoria, conforma ante todo un registro parcial, a la manera de un calco o de un archivo del esfuerzo investigativo. Esta memoria metodológica además intenta “confesar” la constante reflexión a propósito de la investigación inicialmente planeada. Dicha reflexión caracterizó el recorrido realizado durante todo el estudio: La investigación toma así la forma de un movimiento constante, en cierto sentido hay un principio, pero después aparece el movimiento y sus resultados parciales (Galindo, 1998. p. 22).

En otras palabras, se quiere ofrecer un testimonio de los avatares que implicó el estudio. Avatares tales como la modificación de aspectos propios de etapas previas de la investigación. Lo cual responde totalmente a las características propias de la investigación social cualitativa en donde no pueden desligarse los lazos entre los distintos aspectos de la investigación: La metodología supone siempre una teoría, una guía de imágenes y deseos que ponen en forma a la información configurada en la tecnología de paquetes técnicos (Galindo, 1998. p. 11).

2.3.1. Pregunta por el campo.

Como se tratará de aproximar a continuación, el trabajo de campo en su estructuración y primeros tanteos, requirió que el investigador modificara la precedente formulación del problema, no invalidándola pero si enriqueciéndola. Esto, al darle mayor coherencia interna. En las siguientes líneas serán entonces relatados algunos detalles relativos a la reformulación del problema de investigación, precisamente a la reformulación que se produjo a partir de la reflexión en torno a la pregunta por el campo en el cual se realizaría la investigación.

El hecho de haber asumido desde el principio del ejercicio investigativo un acercamiento crítico, mas no reflexivo, contribuyó para que en el investigador emergiera durante el preámbulo al trabajo de campo, una suerte de desazón causada por la creencia en la imposibilidad de entrar a las instalaciones de una empresa multinacional. La pregunta por el nombre de las empresas multinacionales que se visitarían como parte del trabajo de campo se mantuvo irresuelta hasta que el investigador se vio confrontado, en sus creencias, por la disponibilidad de un “portero” (Galeano, 2008. P. 36)⁵⁶. Con una posibilidad de entrada a una empresa, no sólo interesante por ser la primera, sino porque desvirtuaba parcialmente la visión maniqueísta con la que se aproximaba a las organizaciones productivas multinacionales, la pregunta se resolvió como sigue: el nombre de las empresas multinacionales a ser incluidas dentro del estudio, depende exclusivamente de quienes presten su testimonio a la investigación. En otros términos, lo más importante no es el nombre de la multinacional, sino el testimonio de los sujetos acerca de su relación con esta.

En este sentido, lo interesante es que la pregunta por el campo en la cual se realizaría el trabajo –pregunta en la cual se encontraba varado el investigador– no se resolvió situando en definitiva el nombre de una empresa particular, decisión de antemano descartada por el investigador, sino mostrando la posibilidad de realizar el trabajo de campo a otro nivel. De esta manera, el

⁵⁶ Maria Eumelia Galeano es Magíster en Administración Educativa da la Universidad de Antioquia e investigadora del CISH.

curso general de la investigación, la reformulación dadas las consideraciones del jurado, junto con el suceso anterior, indicaron que el campo no sería un territorio físico sino, si se permite la expresión, un campo de significaciones⁵⁷: El investigador explora el mundo social en los múltiples fondos de significación y configuración que lo conforman (Galindo, 1998. p. 12).

2.3.2. Jurado y reformulación

Siendo la sugerencia principal del jurado la puesta en marcha de cambios que hicieran más operativa la investigación, el responsable debió canalizar el curso de lo presentado en el proyecto de investigación. Después de una redefinición de los contornos del “objeto” de estudio – delimitación a nivel conceptual-, de precipitarse definitivamente la propuesta metodológica de la investigación, las nociones más etéreas de sujeto y empresa fueron “concretadas” en las de subjetividad cultural y cultura organizacional⁵⁸. Noción esta última que, no sólo emerge con insistencia en las primeras dos entrevistas realizadas por el investigador⁵⁹, sino que estaba ya explícita en la propuesta que el investigador presentó como candidato a la Maestría en Ciencias de la Administración de la Universidad EAFIT.

El siguiente párrafo forma parte de la propuesta presentada el primer semestre de 2007 al comité de la Maestría en mención: “Así, el contenido aquí presentado versa sobre la pertinencia de asumir una posición crítica frente a

⁵⁷ La perspectiva teórica que da forma al “objeto” de investigación, lleva a considerar la dimensión semiótica; si bien, en términos de identificaciones y su lugar en la subjetividad de los entrevistados, finalmente se trata del significado de la cultura organizacional para los sujetos. Anteriormente, también se intentó hacer notar que la principal técnica de recolección de información concuerda con dicho abordaje.

⁵⁸ Algo será adelantado posteriormente sobre el método a seguir, el cual fue sugerido por el director de investigación. Vale anotar ahora que en la búsqueda de instrumentos de recolección de información, sin buscarlos conscientemente, los últimos detalles relacionados con el método emergieron de un texto que el investigador había casi ya descartado. Dichos detalles se refieren precisamente a la definición del objeto que el método aborda: el método debe corresponder al objeto: “Mientras que el conocimiento vulgar lleva a ver el objeto, a entenderlo sin más, un conocimiento riguroso va más allá y se apoya en métodos de investigación” (Toro y Parra, 2006. p. 15). Iván Darío Toro, Doctor en Filosofía y Doctor en teología. Profesor de la Universidad EAFIT.

⁵⁹ Emerge de las preguntas preparadas por el investigador para la primera entrevista – semiestructurada; aunque como se verá adelante la modalidad del instrumento se modificó consistentemente a partir de la segunda entrevista. Así como de la insistencia del segundo entrevistado en la influencia de la cultura organizacional en ámbitos externos a la empresa.

las propuestas reconocidas como pilares en el abordaje de la vida organizacional, centrándose en el factor nombrado como cultura organizacional por algunos de los investigadores en Internacional Business”.

2.3.3. Primeros pasos en el campo y re-significación

Teniendo por seguro que el trabajo investigativo no podía de ninguna manera obviar lo dicho por sujetos a propósito del encuentro entre sus subjetividades culturales y la cultura organizacional de empresas extranjeras radicadas en Medellín, se comenzó el trabajo de campo con la realización de entrevistas. Lo anterior pues más allá de una perspectiva empresarial, lo que aquí es foco de atención es, si se permite la expresión, lo que los sujetos “hacen” con los contenidos propios de la correspondiente cultura organizacional.

De la experiencia del investigador en estos primeros pasos en el campo, pueden destacarse principalmente el cambio necesario de las técnicas de recolección de información –en sus tipos y en la secuencia a seguir en su utilización-⁶⁰, y la re significación del concepto categorías emergentes de análisis⁶¹. Valga anotar que ambos aspectos son propios del carácter flexible del diseño de la investigación cualitativa: En la segunda estrategia de salida, propia de los enfoques cualitativos de investigación social, el diseño se concibe como un plan o estrategia modificable (Galeano, 2008. p. 28).

Efectivamente se trató para el investigador de una re-significación del concepto “categorías emergentes de análisis”. Ello se dio no tanto por una dificultad a la hora de entender el sentido del proceso de emergencia de categorías –en este caso complementarias-, sino porque las categorías emergentes no son sólo “letra muerta”. Así, lo que sorprendió al investigador fue la irrupción, en lo hablado por los mismos sujetos entrevistados, de

⁶⁰ Esto será tratado en la sección en la cual se comenta el análisis de la información.

⁶¹ En investigación social cualitativa, según Galeano (2008) “...ni siquiera en la primera de las tendencias –construcción de categorías teóricas preliminares- se asume la categorización inicial como un marco conceptual cerrado, sino como un punto de referencia que orienta la construcción teórica y la comprensión de la realidad” (Galeano, 2008. p. 41).

categorías particulares de análisis⁶². En decir, las categorías de análisis no son solo conceptos –abstracciones- sino que toman significación particular –se llenan de contenido específico- en cada trabajo de campo realizado. Esta es una de los hallazgos hechos por el investigador en los primeros tanteos del trabajo de campo de la investigación en curso.

La emergencia de nuevas categorías de análisis dio respuesta a un interrogante que atravesaba el comienzo del trabajo de campo ¿Cómo asir, en una investigación que da por sentada la subjetividad, que además utiliza entrevistas abiertas, elementos que den cuenta del acogimiento o rechazo, desde los antecedentes culturales de los sujetos, de aspectos relacionados con la cultura organizacional?

Previo a la aparición de las categorías emergentes de análisis, el investigador encontró un obstáculo en la diferenciación entre lo propio de la cultura de origen de los sujetos y lo propio de la cultura organizacional. Adicionalmente, muchos de los elementos de la cultura antioqueña pueden ser obviados o ignorados por los entrevistados⁶³. No obstante, la aparición y lugar central que toman las categorías emergentes –específicas del trabajo de campo ya iniciado- y que ayudan a realizar dicha diferenciación, va de la mano con el enfoque investigativo volcado a la significación que el investigador asumió desde in principio: lo que importa no es realizar una descripción de la cultura antioqueña y de las diferentes culturas organizacionales para después verificar que de ellas queda memorizado por el sujeto. El objetivo es observar en lo dicho por los entrevistados aquellos aspectos de la cultura organizacional que le son significativos a los sujetos y como se asocian estos aspectos con algunos de sus antecedentes culturales; aquellos que emergen en su testimonio.

⁶² Ahora bien, con esto no se quiere obviar que en esas categorías se encuentra la reflexividad del investigador (Guber, 2001).

⁶³ Según Ember y Ember (1997), es posible que el antropólogo en su pesquisa se encuentre comportamientos que pasan inadvertidos para los mismos actores (Ember y Ember, 1997. p. 28). Los mismos autores refieren que las personas a veces actúan desde su trasfondo cultural de manera inconsciente, pudiendo causar esto conflictos interculturales (Ember y Ember, 1997. p. 12).

2.3.4. Recolección de la información

La recolección de la información consistió en una primera etapa exclusivamente en obtener referentes bibliográficos, discriminándolos entre fuentes primarias y secundarias. Ello obedece a que la obtención de fuentes de orden bibliográfico comenzó a la par con la formulación misma del problema de investigación. Es de interés anotar que los referentes teóricos recolectados inicialmente, si bien remitían a un “objeto” de investigación más amplio continúan sustentando teóricamente el trabajo. Como se ha se habrá podido observar anteriormente en el presente informe –en los apartados pertenecientes a la metodología-, este tipo de retroacción es, si se quiere, una cuestión lógica en un proceso de delimitación propio de la investigación social cualitativa (Galeano, 2008. p. 41).

Otra operación destinada a recabar información escrita se realizó inmediatamente se culminaban las entrevistas: a través de los sitios oficiales de las corporaciones extranjeras en las cuales trabajan o trabajaron los sujetos entrevistados, se recopiló lo referente a las correspondientes culturas organizacionales. Este proceso de recopilación de datos acerca de las culturas organizacionales de las empresas implicadas se realizó siguiendo la definición “clásica” del término cultura organizacional. De esta manera fueron incluidas la misión, visión, valores de las empresas en juego, además de informaciones complementarias –gráficos, etc.- información en la cual lo anterior se viera reflejadas la respectivas culturas organizacionales (Schein, 1988. p. 9).

Respecto a la recolección de la información oral en el campo, es necesario señalar que esta fue otorgada por sujetos que laboran o laboraron hasta hace poco en empresas multinacionales extranjeras radicadas en Medellín. Dado que, como se justificó arriba, ya desde los referentes teóricos el estudio está centrado en la subjetividad cultural y las identificaciones de los entrevistados con respecto a las respectivas culturas corporativas –a esto es a lo que se llama aquí enfoque centrado en la significación-, cuestiones como aspectos la edad, puesto de trabajo, y el sexo de los entrevistados quedan en un segundo

plano. Es que para esclarecer el tipo de identificación⁶⁴ de un sujeto con un grupo, identificaciones que dependen de su posición subjetiva frente a los referentes en juego, dichas características de la muestra aparecen como factores secundarios. De hecho tampoco se incluyó como criterio en el muestreo la duración en las empresas, pues no se pretendió cuantificar la afiliación con la empresa, sino esclarecerla a través de una caracterización netamente cualitativa⁶⁵.

2.3.5. Sistematización y análisis de la información

Tanto la información bibliográfica recogida, como los fragmentos más significativos de las transcripciones de las entrevistas y lo declarado por las empresas a propósito de su cultura organizacional, fueron ingresadas por separado a fichas de contenido; estas se encuentran a disposición del lector.

Casi simultáneamente, y después de iniciada la búsqueda bibliográfica, al proponer un índice tentativo para el informe del trabajo de grado, se extrajeron definitivamente unas “categorías teóricas preliminares” (Galeano, 2008. p. 41), las cuales sirvieron de indicadores/criterios para la organización del conjunto de fichas bibliográficas. Dicha distribución sirvió además para ubicar temáticas para las cuales era necesaria una nueva recolección de información bibliográfica, bien por su escasez, bien por la poca claridad en los conceptos correspondientes.

Estos mismos indicadores, y la información –bibliográfica y declarada por las empresas- guiaron una primera lectura de las transcripciones de las entrevistas y ayudaron a la agrupación de temáticas e incluso expresiones similares

⁶⁴ Simbólica y/o imaginaria; tradicional o de bajo nivel; el lector encontrará estos conceptos y su significado en el apartado 1.3.3 “Identificaciones tradicionales y de bajo nivel”, sección del marco teórico de este informe de investigación.

⁶⁵ El lector encontrará en el apartado hallazgos preliminares una serie de categorías cualitativas que emergieron del análisis de la información también reseñado a continuación. Como se ha anotado, la investigación no pretende hacer una comparación en términos por ejemplo de cómo los entrevistados de un sexo determinado se identificarían y de qué manera con la cultura organizacional. Tampoco intenta establecer cuánto tiempo de labores y qué edad se requiere para vincularse psicológicamente a la empresa.

provenientes de las distintas entrevistas⁶⁶. En un movimiento circular, lo hallado inicialmente en las entrevistas dio lugar a una nueva lectura de la información proporcionada por las empresas y de la información bibliográfica. Lo anterior, no sólo dio como resultados una sistematización general de la información y una nueva (tercera) búsqueda bibliográfica⁶⁷, sino que desembocó además en las “categorías explicativas...que apuntan a temas que el investigador descubrió como recurrentes o que aparecieron con un mismo significado” (Galeano, 2008. p. 41) y que se relacionan abajo en el informe de los hallazgos de la investigación. De un lado fue la recurrencia, o si se quiere, la saturación de estas categorías explicativas que emergieron en el análisis de la información, la que dictó el número de entrevistas realizadas; ello teniendo presente las características de la investigación mencionadas arriba (investigación cualitativa). De otro lado, el tamaño de la “muestra” fue dictado por la posibilidad de abordar con las categorías extraídas por el investigador tanto la pregunta de investigación como los objetivos planteados en la reformulación del proyecto de investigación.

Es de anotar que la búsqueda de *sentido* y de *coherencia* al interior de cada entrevista, búsqueda realizada a través de la aplicación del primer proceso del método analítico referenciado anteriormente, al ser implementada en cada entrevista por separado, desembocó en categorías las explicativas de la investigación. Posteriormente, la *comparación*, también aplicación del método analítico, se realizó inicialmente entre los análisis correspondientes a las distintas entrevistas.

A continuación, se cotejó el análisis del conjunto de entrevistas con el realizado a la información de las empresas (comparación externa). Asimismo, se introdujo al análisis la información bibliográfica a propósito de la cultura

⁶⁶ Estas son las categorías que M. E. Galeano (2008) denomina “descriptivas” y que “pretenden identificar las características de los segmentos de los datos” (Galeano, 2008. p. 41). El investigador codificó estas categorías cada una con un color diferente; “un componente básico de la categorización es el establecimiento de códigos (codificación)” (Galeano, 2008. p. 39).

⁶⁷ En investigación social cualitativa, según Galeano (2008) “...ni siquiera en la primera de las tendencias –construcción de categorías teóricas preliminares- se asume la categorización inicial como un marco conceptual cerrado, sino como un punto de referencia que orienta la construcción teórica y la comprensión de la realidad” (Galeano, 2008. p. 41).

antioqueña⁶⁸. Todo esto a manera de triangulación de la información. Este proceso de análisis a través de la aplicación del método analítico, se describe gráficamente en la tabla 1:

⁶⁸ La información obtenida mediante fuentes orales debe ser contrastada y confirmada con otras fuentes documentales escritas o gráficas a las que tenga acceso, como archivos, censos, monografías, informes de otros estudios, boletines, monumentos entre otras (Galeano, 2004. p. 99).

Como se puede deducir de la tabla 1, el orden/manera en que se realizó el análisis de la información –descrito además en el párrafo anterior- corresponde a la intención ya confesada de reducir en lo posible, idealmente hasta los antecedentes teóricos y epistemológicos, los presupuestos en el análisis e interpretación de cada entrevista. Sin embargo, debe concederse que:

Primero: es necesario admitir que la lectura del investigador no está completamente exenta de las categorías precedentes extraídas de la elaboración de fichas bibliográficas; que esto sea aceptable o inevitable es otra discusión⁶⁹.

Segundo: después del análisis realizado a la información arrojada por la segunda entrevista, el investigador no pudo abstraerse por completo de las sub-categorías emergentes de las entrevistas analizadas con anticipación.

Continuando con la descripción del análisis de la información, es importante añadir que específicamente una lógica de binomios presente ya en la problemática, en el marco teórico bajo la pareja identificaciones tradicionales/de bajo nivel⁷⁰, e incluso en la pregunta de investigación, hizo emerger una suerte de organización de los hallazgos, esto de la siguiente manera: en relación con el binomio compuesto de un lado por las culturas corporativas de multinacionales extranjeras (polo a; ver tabla 1), y del otro por la cultura antioqueña (polo b; ver tabla 1), ambas “categorías descriptivas” presentes en la pregunta de investigación, emergen en la lectura intratextual de cada una de las entrevistas unos binomios iniciales Binomios X con sus respectivos polos X,1,...a y X, 1,...b; ver tabla 1). Sin que, por supuesto, indiquen la naturaleza de las identificaciones correspondientes.

⁶⁹ Hay que dejar bien sentado que cuando un estudioso comienza a describir lo que hace, basándose en su propia experiencia, nunca lo hace con métodos de lo que ha estudiado en la investigación de campo, sino acudiendo a la de la cultura en que ha sido educado (Junquera, 1995. P. 139).

⁷⁰ La propuesta de Laurent (2007) enriqueció, de manera posterior al análisis de la información, el esclarecimiento de las relaciones establecidas por los entrevistados con la cultura organizacional de multinacionales extranjeras.

De los binomios que emergieron de la lectura intratextual, al ser cotejados – comparación externa del método analítico- con aquellos que surgen de la lectura de las otras entrevistas, se generaron unos binomios definitivos (“categorías explicativas”) que se presentan abajo en el apartado hallazgos preliminares, y que sirven de mojones para la comprensión de la dinámica entre las relaciones que establecen los sujetos con culturas que delimitan la problemática a estudiar (la local y la organizacional).

Como se verá en el apartado que comenta los hallazgos los binomios definitivos, nombrados en el intento de seguir de cerca los términos utilizados por los entrevistados (“categorías explicativas”), fueron agrupados en categorías generales o “categorías interpretativas”⁷¹. A partir de estas últimas, el investigador presenta la discusión de los hallazgos y las conclusiones del estudio. La agrupación en torno a las categorías extraídas de la comparación (método analítico), está representada en las tablas 2, 3 y 4 presentadas en la sección 3 del presente informe. Dichas tablas están construidas de acuerdo al análisis del testimonio de los entrevistados.

2.2. Diseño metodológico

Para esquematizar los distintos componentes del diseño metodológico del estudio se utilizó el esquema presentado a continuación. Este gráfico - esquema 1- del diseño metodológico de la investigación está inspirado en el modelo propuesto por Galeano (2008). Esta representación gráfica esquematiza el diseño de investigación elaborado y seguido a lo largo del ciclo propedéutico de la Maestría en Ciencias de la Administración.

Efectivamente, como se habrá observado en la anterior sección del presente informe, titulada “memoria metodológica”, incluso desde antes del iniciación trabajo de campo, en la etapa durante la cual se comenzó el planteamiento del

⁷¹ Suponen la postura del investigador...frente a temas particulares. Son construcciones teóricas, conceptualizaciones para organizar los datos, para vincular dos o más categorías” (Galeano, 2008. p. 41)

problema de investigación, se estaba definiendo la investigación en su conjunto.

Si bien el esquema que da cuenta del diseño metodológico -por supuesto en términos generales-, muestra asociadas algunas de las partes de la investigación. Se trata de un esquema general puesto que, para ilustrar un caso, dibuja las relaciones entre los elementos propios de del mapeo, mas no da cuenta de otras asociaciones que se siguieron un sentido retroactivo. Como se comentó en la memoria metodológica, por ejemplo el resultado de algunas entrevistas llevó a expandir la revisión bibliográfica. Los movimientos retroactivos, en general, los avatares de la investigación, serán referidos en el apartado titulado: memoria metodológica. No obstante, el esquema conserva su utilidad puesto que sirve de orientación inicial y además para darle un orden a la presentación del diseño metodológico.

Esquema 1.

A continuación, se incluye en el informe una descripción de los principales elementos del diseño metodológico. Además, se comenta su implementación de acuerdo a las características del presente estudio.

2.2.1. Revisión Bibliográfica

El alcance de la revisión bibliográfica realizada durante la investigación va más allá del objetivo general de construir un marco de referencia que ayuda a delimitar, en el proyecto de investigación, el objeto de estudio y a analizar posteriormente la información. Ella impacta, muchas veces de manera implícita, aun la selección de los datos a ser analizados por el investigador. Esto en la medida en que divide los datos de la “observación” de la realidad empírica en relevantes y no relevantes, de acuerdo con las elecciones epistemológicas y teóricas del investigador (Bergman and Coxon, 2005. p. 13). De allí que haya que darle la importancia que merece. No obstante, como se comentará adelante, aunque no de manera radical, pero en concordancia con la investigación cualitativa, el estudio implicó una recapitulación de la revisión bibliográfica.

2.2.2. Mapeo

“El ingreso en el ambiente (campo)” (Sampieri et al, 2007. p. 533) se presenta como una etapa imprescindible de la investigación cualitativa. En otras palabras, cuando se habla del ingreso en el ambiente, se trata del acercamiento – o si se quiere acceso- , preferiblemente del investigador mismo, a la realidad que se pretende estudiar. Tan importante es esta fase de la investigación que incluso, al interior de la investigación cualitativa, algunas “hipótesis” pueden generarse a partir de la inmersión en la realidad a estudiar. Dada su importancia, para realizar una correcta elección del ambiente, deben tenerse en cuenta principalmente dos factores: “conveniencia y accesibilidad”. Estos son:

- En primer lugar debe reflexionarse si el contexto a estudiar contiene los elementos necesarios para responder a las preguntas orientadoras o poner a prueba los supuestos de la investigación.
- De otro lado es necesario considerar si el ambiente es propicio para la recolección de los datos necesarios (Sampieri et al, 2007. p. 534).

Lógicamente, una exploración inicial del ambiente da al investigador cuenta no sólo de la adecuación del ambiente, sino además de posibles obstáculos, que desde su posición subjetiva frente a este, emergerían para la realización del estudio.

A pesar de que la investigación cualitativa es más flexible en aspectos relativos al trabajo de campo, como por ejemplo la retroalimentación que ofrece a la búsqueda bibliográfica realizadas anticipadamente, el ingreso en el ambiente debe ser suficientemente planeado. Desde la cuestión de obtener el permiso de quienes controlan el acceso al campo -“contrato”-, anticipando por ejemplo aquello que el estudio les puede ofrecer como producto, pasando por el orden de las entrevistas y de la revisión documental, hasta la sistematización de los datos recogidos, son procesos que deben estar bien programados.

En lo que respecta a la presente investigación, el ingreso al campo respondió a dos situaciones particulares. De un lado, la posibilidad de acceso a instalaciones de multinacionales extranjeras radicadas en Medellín se presentó con bastante dificultad solo en dos ocasiones⁷². De otro lado, y este es el motivo primordial por el que no se haya considerado relevante visitar las instalaciones de las demás multinacionales involucradas, las necesidades que respecto a la inmersión en el campo planteaba el “objeto” de investigación – relaciones que los sujetos entrevistados establecen con las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras- y el método escogido para este esclarecimiento –método analítico aplicado a lo dicho por los sujetos entrevistados-, no hacían de esta operación un paso necesario para la

⁷² Este aspecto fue tratado en la memoria metodológica.

conclusión del estudio. El punto relacionado con el método y a su aplicación a lo dicho por los sujetos entrevistados, también indicó que la primera acción a realizar en la “inmersión en el ambiente” debía ser la entrevista -por la primacía de la información que ofrecen los testimonios en este tipo de estudio-, seguida por el análisis de documentos de las respectivas empresas acerca de sus culturas organizacionales. Adicionalmente, esta primacía está dada por las características mismas de la investigación cualitativa y el acercamiento que ella supone a los actores sociales:

Los actores sociales pueden ser observados como objetos-cosas, y de esta observación obtener cierto resultado que permita actuar sobre ellos considerándolos como objetos-cosas manipulables, y tener éxito en la empresa. También pueden ser observados como subjetividades... (Galindo, 1998. p. 21).

De hecho, desde un principio la presente investigación nunca dejó de concebir el campo en el que trabajaría como un campo impregnado de subjetividad. Si en algún momento de la formulación del proyecto hubo una duda a propósito del ingreso al campo, este siempre tuvo la particularidad de ser concebido como habitado por sujetos, sujetos por lo menos parcialmente refractarios a los condicionamientos de la empresa. Esta concepción del campo se hace evidente de manera transversal en el estudio. Desde el título del estudio se confiesa la idea de una pervivencia de valores culturales al interior de las multinacionales extranjeras radicadas en Medellín⁷³. Ello a pesar de la cultura organizacional, por más que ella fuese concebida como medio de control.

En cuanto el acceso a los documentos relacionados con las correspondientes culturas organizacionales, puesto que las condiciones de accesibilidad a documentos empresariales son naturalmente restringido, en el estudio fueron utilizados documentos de carácter público. Adicionalmente, dado que el contrato con los entrevistados incluía el anonimato, los nombres de estos y los

⁷³ Un administrador asignado a una subsidiaria extranjera, por ejemplo, debe esperar encontrar grandes y pequeñas diferencias en el comportamiento de individuos y grupos dentro de esa subsidiaria” (Deresky, 2008.p. 92)

términos en que se presentaron los extractos de los documentos empresariales, fueron sustituidos por expresiones con significación similar.

2.2.3. Muestreo

Ya en el apartado anterior quedó sugerido cuáles son las fuentes primarias y secundarias de información del estudio en general y particularmente del trabajo de campo. Según lo recorrido hasta aquí, es posible discernir que el testimonio de los entrevistados, esto es, los contenidos orales, fueron elegidos como fuente primaria de información. Siendo así, es conveniente aclarar metodológicamente la naturaleza de los informantes (Junquera, 1995. p. 135); esto es, comentar las características de quienes proporcionaron la información primaria sobre la cual se empleó el análisis del estudio.

El encuentro con los informantes se gestó de acuerdo al método de bola de nieve (Galeano, 2008. p. 35); (Galeano, 2004. p. 95). Los primeros entrevistados fueron contactados a través de relaciones profesionales y personales del investigador. Posteriormente, estos entrevistados iban sugiriendo nuevas posibilidades de entrevista al encargado del estudio.

El trabajo de campo se caracterizó porque no se discriminaron los informantes de acuerdo a su localización al interior de la organización. Desde el momento en que se comenzó a sondear a partir de las relaciones profesionales del investigador, hasta cuando se le preguntaba a los primeros entrevistados por nuevas posibilidades de entrevista, se descartó cualquier criterio que implicase una uniformidad en la ubicación en la escala organizacional. Esto debido a que es bien conocido que la cultura organizacional está a cargo y es difundida por los mandos altos de las empresas⁷⁴, quienes por supuesto, también estuvieron representados por uno de los entrevistados en el estudio; en un momento dado, uno de ellos trabajó como jefe de proyecto en una multinacional.

⁷⁴ El lector puede consultar la cuarta nota al pie incluida en "Impacto cultural de las multinacionales", apartado del marco teórico del presente informe.

Asimismo fueron entrevistados cargos medios e incluso practicantes en empresas multinacionales extranjeras operando en Medellín.

La relación del investigador con los informantes se caracterizó por ser directa, casual y no estructurada (Junquera, 1995. p. 137). Las entrevistas fueron realizadas personalmente por el responsable del estudio. Fueron entrevistas casuales y no estructuradas; en primer lugar buscado establecer una relación de confianza con los entrevistados, en segundo lugar porque lo que interesaba era obtener el testimonio de los entrevistados acerca de su relación con la cultura organizacional, no en términos de la fidelidad en el registro mnémico que hacen de la cultura organizacional, sino en términos de identificaciones con esta.

Lo anterior sugiere que el interés por la validez de la información entregada por los entrevistados tiene un carácter particular en la búsqueda que se planteó el investigador. Desde lo metodológico, por ejemplo, la observación del campo dirigida a comprobar dicha validez, no se incluyó dada la elección realizada a propósito del paquete técnico a emplear. De otro lado, desde el marco teórico –que plantea que la subjetividad puede estar compuesta por identificaciones disímiles, e incluso contradictorias- la coherencia interna en lo dicho por los entrevistados, no invalida su discurso, sino que ayuda a establecer la manera como se superponen las identificaciones tradicionales y las establecidas respecto a la cultura organizacional de multinacionales extranjeras. De hecho, la aplicación del proceso de crítica interna, propio del método analítico, estuvo dirigida a ese objetivo. Igualmente, la revisión documental, no se realizó con el fin de validar o invalidar los testimonios o determinar el grado de rememoración de los entrevistados con respecto a la cultura organizacional, sino para ayudar a esclarecer el alcance de las identificaciones con esta en la subjetividad de los entrevistados. Por supuesto ello requiere que el investigador tenga idea del contenido de las respectivas culturas organizacionales.

2.2.4. Técnicas

Como se mencionó recientemente, de acuerdo al planteamiento del problema de investigación, la entrevista abierta se presenta como la principal técnica de recolección de información. Al tratarse de un análisis de las relaciones establecidas por algunos sujetos con las culturas organizacionales de empresas multinacionales extranjeras operando en Medellín, a través del esclarecimiento del rol que las identificaciones con la cultura organizacional tienen en la subjetividad de los entrevistados, las características de la entrevista concuerdan perfectamente. A propósito de las particularidades de la entrevista que la hacen encajar sin dificultades en el estudio, en dos oportunidades indica Alonso (1994): La subjetividad directa del producto generado por la entrevista es su principal característica y, a la vez, su principal limitación (Alonso, 1994. p. 226). Y agrega:

La técnica de entrevista abierta se presenta útil, por lo tanto, para obtener información de carácter pragmático, es decir, de cómo los sujetos diversos actúan y reconstruyen el sistema de representaciones sociales en sus prácticas individuales (Alonso, 1994. p. 226).

Por el contrario, tal y como se define la entrevista estructurada⁷⁵, probablemente ella no produciría información relevante acerca del lugar que ocupa la cultura organizacional dentro de la subjetividad cultural de los entrevistados. Lo anterior dado a que introducir un orden y una amplitud limitada al encuentro conversacional, da al traste con las pretensiones de conocer lo más cercanamente posible la opinión y experiencia del entrevistado: En las entrevistas estructuradas el investigador formula las preguntas y pide al entrevistado que se subordine a su concepción de entrevista, a su dinámica y a su cuestionario, y a sus categorías (Guber, 2001. p. 82).

⁷⁵ Jean Baptiste Fages (1990: 129) llega a distinguir entre 7 tipos más o menos normalizados de lo que en general se denomina entrevista, siete tipos contruidos en función de su grado de apertura y directividad de las intervenciones del entrevistador y dentro de diferentes ámbitos de las ciencias humanas: la sesión clínica (psicoanalítica o psicológica)..., la entrevista con preguntas abiertas pero siguiendo un orden precisado (Alonso, 1994. p. 228). Se trata de un pasaje del capítulo de Luis Enrique Alonso (1994) "Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa" presente en el libro "Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales" (Delgado y Gutiérrez, 1994).

Ahora bien, con el hecho de utilizar la modalidad de entrevista abierta no se pretendió garantizar la desaparición de los prejuicios del investigador⁷⁶. Aunque no se procuró tal cosa, si se intentó reducir los preconceptos de parte del investigador, de tal manera que si estos participaban, fuera en forma de aquellos antecedentes epistemológicos de los cuales partió la investigación.

En este sentido es importante anotar que las preguntas abiertas y más aun, la entrevista no directiva típica del quehacer psicoanalítico y retomada en la investigación social (Guber, 2001. p. 81), que se apoya en la atención flotante⁷⁷, en buen grado ponen en suspenso los prejuicios del investigador. De buen grado pues es necesario admitir con Freud (2001), que:

..., desgraciadamente, somos raramente imparciales cuando se trata de cosas importantes, de los grandes problemas de la ciencia y de la vida. Creo que cada uno de nosotros se encuentra bajo la influencia de preferencias profundamente arraigadas a las que servimos sin saberlo en nuestras especulaciones. Como tenemos muy buenas razones para desconfiar del producto de nuestras propias reflexiones, sólo podemos permitirnos respecto a ellas una benevolencia muy atemperada (Kristeva et al. 1994. p. 84).

Teniendo en cuenta este precedente, es claro que la “significatividad y confiabilidad” de la información no dependen de una asepsia científica. Ellas son tributarias precisamente de la no directividad de las entrevistas (Guber, 2001. p. 81), dado que al minimizar la reflexividad del investigador las entrevistas dan como resultado conceptos experienciales que dan cuenta del modo en que los entrevistados conciben, viven y asignan contenido a un término o situación (Guber, 2001. p. 81): La entrevista de investigación pretende, a través de la recogida de un conjunto de saberes privados, la

⁷⁶ Supuestamente las preguntas abiertas permiten captar la perspectiva de los actores, con menor interferencia del investigador. Sin embargo, al plantear sus preguntas el investigador establece el marco interpretativo de las respuestas, es decir, el contexto donde lo verbalizado por los informantes tendrá sentido para la investigación y el universo cognitivo del investigador (Guber, 2001. p. 79).

⁷⁷ La atención flotante se refiere a “Un modo de escucha que consiste en no privilegiar de antemano ningún punto del discurso” (Guber citando a Michelat y Maitre; Guber, 2001. p. 83)

construcción del sentido social individual o del grupo de referencia de ese individuo (Alonso, 1994. p. 228).

En cuanto a la forma en que se implementó esta técnica de recolección de información, la entrevista abierta –después del primer ejercicio-, se desarrollo proponiendo únicamente el tema general de la investigación en el encuadre y encausando el curso de la conversación, hacia el tema de la relación con la cultura organizacional de la respectiva multinacional extranjera, solo cuando este último se alejaba del marco establecido por el tema general; ello únicamente a partir a de los mismos términos del entrevistado.

2.2.5. Registro

El registro de la información recogida durante el estudio fue hecho a través de fichas de contenido. Tanto los pasajes de los textos consultados y que formaron parte del marco teórico, los testimonios de los entrevistados y la documentación de las empresas fueron localizadas en fichas. Como podrá observarse en el apartado memoria metodológica, este proceder, aunque aparentemente simple, dio como resultado una efectiva recuperación de la información y propulsó la triangulación y por tanto el análisis de esta. Se utilizó el modelo de fichas de contenido propuesto por Galeano (2008), del cual se presenta un ejemplo a continuación (Galeano, 2008.p. 50-53):

Localización: Biblioteca Universidad EAFIT	Clasificación/Código: L302.35 E595	No. 2
Descripción: Enriquez, Eugène. L'organisation en analyse. PUF. Paris, 1992		
Contenido: "L'opposition entre psychologie individuelle et la psychologie sociale ou psychologie des foules perd beaucoup de son acuité si on l'examine à fond...Dans la vie psychique de l'individu pris isolément l'autre intervient très régulièrement en tant que modèle, objet, soutien et adversaire et de ce fait la psychologie individuelle et aussi d'emblée		Palabras claves: Psicoanálisis Organización Freud Una aproximación desde los escritos antropológicos-

<p>et simultanément une psychologie sociale, en ce sens élargie, mais parfaitement justifié (Freud cité par Enriquez. S. Freud, Psychologie des foules et analyse du moi (1921), in Essais de psychanalyse, nouv. tr. fr., Payot, 1981, p. 23)”(Enriquez, 1992. p. 17).</p> <p>“Ainsi à travers de l’exploration d’un certain nombre de concepts, de leur mise en relation et en œuvre, de l’examen du champ qu’ils permettent de connoter, il paraît opportun de retenir les questions posées par l’altérité et sa reconnaissance comme pouvant éclairer avec beaucoup d’exactitude les problèmes de l’organisation ...En poursuivant ce but. Il sera (je l’espère) possible de contribuer à rendre compte de la nature de l’organisation et des structures qu’elle adopte (de ce qui se présente comme invariant et de ce qui se présente comme transformable)” (Enriquez, 1992. p.26)</p>	<p>sociológicos freudianos a la lógica inconsciente de las colectividades humanas.</p>
<p>Observaciones: El texto analiza la vida organizacional armado de los conceptos freudianos. Aparecen además conceptos interesantes: “L’organisation en tant que Systeme culturel, symbolique et imaginaire” (Enriquez, 1992. p.34).</p>	
<p>Tipo ficha: textual</p>	<p>Elaborada por: Juan Pablo Román C.</p>

Como se puede apreciar, la primera fila de la ficha contiene información acerca de la localización de la fuente de información, en caso, de ser una ficha bibliográfica, el código o dirección electrónica del documento, y el número de la ficha. Este número está resaltado con colores, a través de los cuales se codificó la información. El color rojo marca las fichas bibliográficas cuyo contenido está relacionado con la epistemología de la investigación. El amarillo, la información bibliográfica relativa a la metodología de la investigación. El verde militar las fichas bibliográficas que contienen referencias a las multinacionales. El morado al los conceptos de sujeto y subjetividad. El gris a la cultura organizacional. El verde a la teoría psicoanalítica y a su relación con la administración o teoría de la organización. El verde a la cultura e identidad antioqueñas. Y el violeta codifica las fichas que contienen información bibliográfica del cambio cultural en relación con el impacto de las multinacionales.

En la parte central de la ficha, debajo de la descripción del contenido, la celda da la izquierda abarca los contenidos que interesa citar de las fuentes, mientras que la celda derecha contiene palabras claves y la idea general del texto. Finalmente, en la parte inferior se encuentran las observaciones, que contienen comentarios personales del investigador acerca del contenido, y debajo el tipo de ficha y el nombre de quien la realizó.

Con el fin de cerrar este capítulo del informe, es importante agregar que la aplicación diseño hasta ahora presentado fue, más que una reproducción exacta de contenidos, un aprendizaje para el investigador. Las vicisitudes que en este sentido se experimentaron fueron descritas en la ya comentada memoria metodológica. Los frutos inmediatos –palpables- de este aprendizaje serán presentados inmediatamente abajo en “Hallazgos y discusión”.

3. Hallazgos y discusión

Un estudio con las características que posee la presente investigación debe poner en cintura la multiplicidad de derivaciones, en términos de hallazgos, que puede generar la polisemia de las palabras que componen los testimonios de los entrevistados. Sirve como freno a la variedad de significaciones que el investigador puede resaltar en el análisis de la información. Asimismo, el método aplicado en el estudio es garante de un intento por reducir la polisemia y presentar hallazgos a partir de las significaciones presentes al interior del discurso de los entrevistados. Es que algunos de los procesos del método analítico formalizan las interpretaciones del investigador al retrotraerlas al testimonio de los entrevistados: en este sentido, la lectura *intra*-textual es un proceso paradigmático en tanto fija de antemano la atención del investigador en lo dicho por los sujetos.

En cuanto al freno que implican para las interpretaciones del investigador los procesos del método analítico, vale insistir en que ellos propician la triangulación de estas con los testimonios de los distintos informantes y además con la información ofrecida por las revisiones documental y bibliográfica⁷⁸. A propósito de esta reducción de polisemia en las interpretaciones que supone la aplicación del método, especialmente los procesos de comparación externa y de contrastación hacen las veces de pivotes.

La descripción de los hallazgos de la investigación que el lector encontrará unas líneas más abajo, es un repaso de aquello que emergió del análisis de la información. Como se habrá advertido, el análisis de lo recogido en la revisión bibliográfica y documental y de las fuentes orales primarias, desembocó en la construcción primero de categorías explicativas, y finalmente de categorías interpretativas. Las primeras son fruto de la interpretación –formalizada– del investigador puesto que, como indica la definición misma de categorías

⁷⁸ La triangulación ha sido generalmente considerada como un proceso en el cual se usan múltiples percepciones para clarificar un significado, verificar la repetitividad de una observación o una interpretación” (Denzin, 2005. p. 454). Traducción libre.

explicativas, estas son el resultado del *descubrimiento del* investigador. Las segundas son también resultado de la interpretación del investigador: son construcciones teóricas suyas que buscan relacionar dos o más categorías y por tanto suponen la postura del autor (Galeano, 2008. p. 41)⁷⁹.

Precisamente las categorías interpretativas competencia, sentido de pertenencia y planeación, erigidas a partir del estudio y revisadas a continuación, nacieron del vínculo que según la interpretación del investigador, existe entre distintas categorías explicativas que él mismo había aislado y formulado con anticipación. Por tanto, su construcción e incluso su denominación se desprenden de su elucidación.

3.1. Competencia

La categoría interpretativa denominada aquí con el nombre competencia, está compuesta por los binomios: Número-trabajo, Mercadeo de sí y Canibalismo-Relaciones laborales/sociales; estos, como los demás binomios, son categorías explicativas –interpretaciones- extraídas por el investigador de los testimonios a través de la aplicación de los procesos de lectura intra-textual y comparación. Los binomios están compuestos cada uno por 2 polos. Los binomios antes mencionados (codificados de aquí en adelante A, B, y C) conforman el rubro – la categoría interpretativa- denominado “Competencia”. Esta denominación fue elegida por el investigador puesto que sus polos “a” (ver celdas azules en tabla 2 a continuación), extraídos de lo dicho por los sujetos a propósito de la cultura organizacional de las empresas, pueden ser interpretados como parte de la lógica del sistema económico capitalista, lógica en la cual las multinacionales tienen una participación central⁸⁰.

⁷⁹ La postura del investigador tiene aquí el siguiente sentido: el investigador tiene un marco interpretativo diferente al de los entrevistados (Guber, 2001. p. 80). Este marco interpretativo está constituido mínimamente por las elecciones teóricas, metodológicas y epistemológicas que hace el investigador. En tanto la operación misma de análisis de la información está así determinada, en los consecuentes hallazgos, por más que se retomen los términos usados por los entrevistados, se encuentra la interpretación propia del investigador.

⁸⁰ En el apartado “Impacto cultural de las multinacionales”, perteneciente al marco de referencia del presente informe, el lector puede hallar un comentario acerca de la relación de las empresas multinacionales con la difusión de los valores asociados al sistema económico capitalista.

Tabla 2

La categoría competencia (en naranja), como todas las categorías interpretativas (ver tablas

Categorías		Cultura corporativa		Identidad antioqueña
1. Competencia		Polo a	←Subjetividad cultural→	Polo b
Entrevistados	Binomio A	Número		Trabajo
1				
2				
3				
	Binomio B	Mercadeo de sí.		
4				
5				
6				
	Binomio C	Canibalismo		Relaciones laborales/personales
7				
8				
9				

subsiguientes - 3 y 4), está compuesta por uno o varios binomios (polo (a) en azul, polo (b) en verde); 2 polos conforman cada una de las diferentes categorías explicativas. En la columna titulada “subjetividad cultural”, las líneas verticales rojas indican la tendencia de la subjetividad cultural hacia uno o ambos polos de los binomios correspondientes. Por ejemplo, en el binomio A (“número (polo a) –trabajo (polo b)”), se representa que el entrevistado (1) se identifica con la cultura organizacional que equipara el trabajo con el número, y que además el mismo entrevistado se manifiesta en desacuerdo con esa concepción del trabajo presente en la multinacional.

La congruencia del trabajo con sus resultados numéricos, en contraposición con una valoración del esfuerzo empleado en la tarea, tradicional en el contexto cultural antioqueño⁸¹, la necesidad de mercadear dichos números para poder *competir* dentro de la empresa, y el “canibalismo” en lugar de unas relaciones laborales acompañadas por la cordialidad y la amistad, son percepciones que algunos de los entrevistados resaltan de la vida al interior de las diferentes multinacionales en las cuales laboran. Es evidente que estas percepciones de los entrevistados acerca de su experiencia en las multinacionales, son el correlato, si se quiere subjetivo, de un ambiente organizacional moldeado por el

⁸¹ “La que pudiera denominarse, entonces, la ética del trabajador antioqueño -entre cuyas bases motivacionales habría que distinguir la necesidad de encontrar su autorrealización en el trabajo, el grado de compromiso con su tarea y con su empresa, el nivel de diligencia - fue fruto de un largo proceso de modelación en el que se movilizaron -a veces de un modo consciente, a veces espontáneamente- toda una serie de resortes de la tradición, de la estructura social y de las propias empresas.” (Mayor, 1989. p. 251).

sistema económico capitalista. De hecho, la mayoría de las culturas organizacionales de las empresas donde los sujetos entrevistados laboran, incluyen expresiones como “filosofía de costo beneficio”, “visión focalizada en éxito económico”, “recompensa por los resultados obtenidos”, “éxito colectivo”, “pasión por el éxito”, “victoria en el mercado”, “ponerse en el lugar del consumidor”, “recursos sociales”, “competencia y ambición” e incluso términos netamente militares, como por ejemplo: “Nuestra armada” y “Campo de combate”⁸².

Volviendo a los entrevistados, de un lado dos de ellos muestran una relación ambivalente⁸³ con la equivalencia entre trabajo y número, mostrándose conformes e inconformes con ello, o simplemente adhiriéndose en ocasiones a la valoración del esfuerzo empleado -valoración típica del contexto cultural antioqueño⁸⁴. De otro lado, ambos se manifiestan en contra de la necesidad de vender los números que, dentro de las multinacionales, representan su trabajo. Obsérvese, por ejemplo, este fragmento del testimonio de uno de ellos:

...en las multinacionales todo el mundo se quiere mostrar y se quiere vender y la forma de venderse es mostrando cosas que realmente no

⁸² Al referirse a las culturas organizacionales se utilizaron palabras similares por motivos que competen a la dimensión ética de la investigación. El lector podrá notar que lo presentado aquí bajo el subtítulo “Competencia”, junto con las demás categorías interpretativas, es el producto de una triangulación de lo observado por el investigador con diferentes testimonios de los entrevistados, la bibliografía recopilada a propósito de la identidad cultural antioqueña, y lo publicado por las empresas multinacionales en relación a su cultura organizacional.

⁸³ En adelante a este tipo de relación (ambivalente: ambos valores), efecto de la tendencia o fuerza de la subjetividad cultural hacia ambos polos, se le denominará tensión. Al decir de Schvarstein (2003), las tensiones son propias de los campos en los que actúan las personas, ello gracias a la complejidad que caracteriza los diferentes contextos sociales: por ejemplo...En los hospitales, la salud es el par complementario y antagónico de la enfermedad (Schvarstein, 2003. p. 83). Así, las tensiones al interior de la subjetividad., resultado de las tensiones propias de las empresas subsidiarias, son entendidas aquí como el resultado, de la identificación con polos **complementarios y antagónicos**. En lo que a esta investigación respecta, las tensiones experimentadas por la subjetividad se refieren a la vinculación de esta con polos con estas características. En el caso de subsidiarias de multinacionales extranjeras, la problemática se centra en el hecho de que son organizaciones, utilizando otra expresión de Schvarstein (2001), “atravesadas” (Sachvarstein, 2001. p. 32) por instituciones -aspectos sociales, culturales, etc.- pertenecientes a sociedades diferentes a la anfitriona. Ello hace que en algunos casos, ciertos aspectos de la cultura organizacional de estas y de la cultura antioqueña, por consituir polos complementarios –porque coexisten- y antagónicos, generen por vía de la identificación una tensión en la subjetividad.

⁸⁴ Véase además: (Mayor, 1989. p. 270); (García, 1992. p. 36); (Londoño, 1987. p. 77)

tienen mucha importancia, pero que si las sabes mostrar de un manera distinta te venden bien. Yo no he sido de los que se quiere hacer ver, a vos te ven si tu trabajo se hace, pero en estas multinacionales las cosas no son así...te tenés que vender bien, hiciste algún evento... y puede ser una cosa donde fueron diez pendejos, pero si vendiste (...) tenés que ponerlo como una vaina... y eso te vende, que realmente no debería ser así.

Este pasaje sugiere que más que tratarse de un compromiso por parte del entrevistado con la concepción de trabajo que se maneja en la empresa, cuyo trasfondo puede identificarse en el *leit motiv* declarado por la empresa –éxito económico personal y corporativo-, se trata de una relación de conveniencia – de imitación- con la idea que equipara trabajo=número=resultados. La adhesión abiertamente lábil a dicha valoración del trabajo da señales que llevan a conjeturar que, a este nivel, se trata de una identificación de bajo nivel (Laurent, 2007). Lo mismo sucede con la necesidad de vender los resultados-números, que incluso pueden ser aparentados.

En este mismo sentido, no pueden obviarse las afirmaciones del mismo sujeto, que lo ubican como una persona de números y que definen muy bien uno de los polos del binomio A:

...soy muy del detalle, muy del número, muy de presionar, de estar pendiente de las cosas...no es la persona como tal sino el número, si su número no se ve reflejado es porque algo malo está pasando, o con el trabajo de la persona o con el mercado... pero si uno puede manejar la persona para que cambie y organice su estructura de tal manera que pueda hacer las cosas bien, se cambia, si no, simplemente se pone otra persona.

Es evidente que el hecho de pensarse como una persona de números/resultados, como se espera en la empresa, tiene unos efectos muy diferentes a los que supone una identificación tradicional. Más que una cohesión grupal, un “sentimiento social”, propicia una relación como la que, sin recurso a un ideal encarnado por un conductor de la masa, se establece entre prójimos: una relación en la que prima la identificación imaginaria.

El sentimiento social descansa, pues, en el cambio de un sentimiento primero hostil en una ligazón de cuño positivo, de la índole de una identificación. Hasta hoy donde hemos podido penetrar ese proceso, dicho cambio parece consumarse bajo el influjo de una ligazón tierna común con una persona situada fuera de la masa (Freud, 2001b. p. 115).

El pobre grado de cohesión grupal y la falta de indicios de un sentimiento social al interior de la multinacional que denotan los testimonios, refuerza la interpretación de que en los anteriores casos se trata con respecto a los puntos antes mencionados⁸⁵ de identificaciones de bajo nivel. Esta forma de vínculo, producida por entre otros por la concepción de trabajo reinante en sendas multinacionales, coincide con los vínculos que según Ortiguez (1994), caracterizan las denominadas comunidades de objetivos: en este contexto se establecen vínculos cambiantes puesto que este tipo de grupos son en sí inestables (Ortiguez, 1994.p. 88). Ello contrasta el compromiso del individuo para con el grupo, “saldo” que se hace notar en las comunidades tradicionales y que es el correlato de la cohesión grupal y el sentimiento social.

Aunque la relación que sostienen ambos entrevistados con la noción trabajo=número=resultados y con la necesidad sentida al interior de las multinacionales de vender los números producidos, parece corresponder a una identificación imaginaria, de imitación, de apariencia, esto es, conducente al fin a cierto grado de hostilidad entre los miembros de la “masa” y sin los alcances de una ligazón simbólica, que a su vez generaría cohesión grupal y sentimiento social, esta identificación tiene el alcance de generar una tensión al interior de la correspondiente subjetividad cultural (ver tabla 2, binomio A, fila 1).

A propósito de este binomio (A) compuesto por la oposición entre trabajo=resultados=números y la valoración tradicional antioqueña del esfuerzo empleado, es también significativo el testimonio de otra entrevistada. Ella se refiere metafórica/despectivamente a la valoración tradicional del trabajo; de acuerdo no a la cantidad numérica, sino de esfuerzo empleado: “por ejemplo

⁸⁵ Trabajo=números=resultados y necesidad de vender el trabajo.

aquí en la cultura colombiana, y eso, pienso que es muy traído de lo gringo, el que más trabaje es el mejor, el más burro es el mejor, el que más esté es el mejor”. Específicamente, la entrevistada hace referencia a que, mientras que ella ha adoptado la costumbre de cumplir con los resultados requeridos sin ir más allá del horario previsto para ello, con lo cual se armonizan las relaciones con los compañeros que trabajan en la empresa matriz -puesto que todos giran en torno a esa condición-, su jefe es el responsable de lo que ella llama “colombianadas”. A saber: reemplazar horas perdidas por fuera del horario laboral⁸⁶.

Una interpretación posible a propósito de la adopción de esta costumbre – cumplir con los resultados requeridos sin ir más allá del horario previsto para ello- por parte de esta entrevistada, es: por el hecho de procurar una cohesión en la acción y constituir un principio que evita confrontaciones y desacuerdos entre empleados de la empresa multinacional extranjeras, sus efectos son similares a los correspondientes a una identificación simbólica. Es que además, según el testimonio de la entrevistada, la planeación minuciosa del tiempo para la consecución de los resultados esperados y el riguroso seguimiento de dicha planeación⁸⁷, requeridos para que se respeten los tiempos al interior de la empresa, son ahora parte incluso de su vida privada. Eso hace pensar en la inexistencia de una vinculación con el polo opuesto del binomio A. Por lo cual, en el caso de esta entrevistada, no se hace manifiesta una tensión a nivel del binomio A (ver tabla 2, binomio A, fila 3). En otras palabras, la idea de trabajo que circula en la empresa multinacional extranjera, ha sustituido en buen grado la noción tradicional local que valora el trabajo de un empleado de acuerdo a la observación del esfuerzo empleado por él.

⁸⁶ Nótese que aquí están nuevamente definidos, a partir del testimonio de otra entrevistada, los polos del binomio A. Trabajo=números=resultados vs. Trabajo=observación del esfuerzo empleado; a este último polo se refiere la entrevistada con la palabra colombianadas. Conviene agregar que esta palabra tiene una connotación peyorativa al interior del círculo cultural tradicional.

⁸⁷ Este tema será tratado en la descripción de la última categoría interpretativa. El hecho de que esté incluido en la presente categoría interpretativa Competencia, indica que efectivamente ella está en relación con la última de ellas Planeación.

De tratarse en el caso de esta entrevistada de la adopción de un aspecto –polo a, binomio A- de la cultura organizacional, por la vía de una identificación simbólica, puede pensarse que al invalidar la valoración tradicional del trabajo, se esté operando a cierto nivel una desvalorización de principios que, adoptados como valores por los antioqueños, regularían o domarían las relaciones de trabajo con otros antioqueños, incluso con trabajadores de la misma empresa –en este caso el jefe de las “colombianadas”. Si bien el roce con el jefe no traspasa las fronteras de una expresión que rebaja la valoración tradicional del esfuerzo empleado en el trabajo, el efecto en la relación laboral que tiene asumir el aspecto de la cultura organizacional en cuestión, evoca – salvando de nuevo que se trata aquí de un caso en concreto y de una reacción hostil muchísimo más atenuada - lo que Freud señala como ventaja de pertenecer a un círculo cultural más pequeño:

No debe menospreciarse la ventaja que brinda un círculo cultural más pequeño: ofrecer un escape a la pulsión en la hostilización a los extraños. En una ocasión me ocupé del fenómeno de que justamente comunidades vecinas, y aun muy próximas en muchos aspectos, se hostilizan y escarnecen....Pues bien; ahí se discierne una satisfacción relativamente cómoda e inofensiva de la inclinación agresiva,... (Freud, 2001a.p. 11)⁸⁸.

Valga anotar, claro está, que lo que en palabras de Freud es una ventaja para el círculo cultural pequeño redundará en una desventaja para el grupo cultural amplio. En otras palabras, al fortalecerse las ligazones –identificaciones- con respecto del grupo pequeño, se reducen o pasan a un segundo plano las que vinculan a los sujetos a círculos sociales más amplios. Esto es, al sujeto identificarse con la cultura de una asociación por objetivos –la multinacional en este caso-, asociación inestable que implica la adopción temporal de valores y en consecuencia el establecimiento vínculos cambiantes, estas identificaciones de bajo nivel hacen contrapeso –provocan tensión- con respecto a las identificaciones tradicionales que componen la subjetividad de la

⁸⁸ Siendo que no es la intención de este trabajo agotar la significación que en la obra de Freud tiene el término “pulsión”, además de remitir al final del párrafo citado donde el autor habla de ella como una “satisfacción...de la inclinación agresiva”, es conveniente ofrecer la siguiente indicación: la pulsión es un “Proceso dinámico consistente en un empuje que hace tender al organismo hacia un fin” (Laplanche y Pontalis, 1996. p. 324).

entrevistada; identificaciones tradicionales que le permiten moverse al ritmo de la comunidad tradicional. El caso puntual está planteado un párrafo más arriba cuando se comenta el debilitamiento de la valoración tradicional del trabajo con respecto a la idea que sobre este se tiene al interior de la empresa. Lo que se despliega en consecuencia es un desencuentro entre lo que se espera en la multinacional –trabajo=números=resultados- y las “colombianadas” del jefe, palabra pronunciada con desdén por la entrevistada y que representa la tradicional equivalencia entre trabajo y observación del esfuerzo empleado. A propósito, no puede descartarse que aparejadas con ese desencuentro vengan dificultades en la relaciones de la entrevistada con quienes tengan dicha concepción tradicional del trabajo.

Los resultados del análisis de la información, particularmente el testimonio de la anterior entrevistada, exponen además la relación entre la concepción trabajo=número=resultado, propia de culturas corporativas de las multinacionales extranjeras enfocadas en la competencia, con la dificultad para establecer lazos sociales al interior de las subsidiarias, algunas veces contextos donde se tiene otra concepción del trabajo. Por supuesto esto puede ir en detrimento de la cohesión alrededor de dichas culturas corporativas extranjeras. Bien porque a falta de vínculos simbólicos con las empresas, las relaciones de los entrevistados tienden a ser de imitación, competencia, hostilidad, etc. Bien porque aun en caso de resultar que existen identificaciones simbólicas con los principios de estas empresas, estos mismos principios ocasionan un debilitamiento de algunos valores que en sí cooperan en la generación de los lazos sociales –identificaciones- tradicionales.

En este punto es significativo el testimonio de otra entrevistada. Ella afirma no haberse podido adaptar a “un ambiente de competencia” en el que según ella las relaciones pueden representarse con la palabra “canibalismo”, ambiente “impersonal” donde es difícil socializar, diferente al de las empresas antioqueñas donde ella ha trabajado⁸⁹. Mientras tanto, en otra entrevista la

⁸⁹ “Cuando los primeros empresarios antioqueños empezaron a organizar sus fábricas llevaron y mantuvieron en ellas un conjunto de valores igualitarios y relaciones interpersonales íntimas, cuyos orígenes habría que buscar en la historia más antigua del pueblo antioqueño. El

persona manifiesta, en diferentes oportunidades, estar a gusto en la empresa, se muestra conforme con la separación que dentro de ella se hace de relaciones sociales y personales. A pesar de la cual: todo el mundo es demasiado querido, todo el mundo está dispuesto a ayudar a todo el mundo. No obstante, la siguiente afirmación, presente en la misma entrevista, matiza lo anterior, además de contrastar la mencionada –por la entrevistada- falta de competencia al interior de la empresa: Uno tiene que saber qué es más importante, qué hace más parte de mi trabajo, y qué es más para ayudarle a algo que hace otra persona,..., uno al principio es perdido en el limbo,...

Para finalizar este recuento a través del contenido de la categoría interpretativa denominada “competencia”, cabe citar como dato significativo de los efectos que tal orientación causa a nivel de las relaciones sociales y laborales tradicionales, el testimonio de otro entrevistado. Este señala con cierta desazón que una vez trabajando en la empresa multinacional, él debió adoptar, frente a sus compañeros de trabajo, no sin sentirse confrontado, lo que él mismo denomina “el rol de malo, de cuchilla”. Nótese que en los casos hasta aquí analizados, la competencia bien puede ir en detrimento de la integración de los trabajadores en la comunidad de objetivos –subsidiaria de la empresa multinacional-, bien puede debilitar a través de la confrontación de valores tradicionales, los lazos sociales entre personas de la misma comunidad tradicional. Ahora bien, esto debe ser contrastado con los hallazgos restantes de la presente investigación. A continuación se presenta entonces una descripción de lo que emergió del análisis de la información con el nombre de sentido de pertenencia, segunda categoría interpretativa del estudio que aquí se reporta.

3.2. Sentido de pertenencia

igualitarismo social, la ausencia de prejuicios frente al trabajo directo, el trabajo hombro a hombro del patrón con los trabajadores, en fin, la profusión de relaciones profundas entre unos y otros, heredadas de la minería, del comercio y de la agricultura, tendieron a contrastar con el modelo de "rígida jerarquía" del taylorismo" (Mayor, 1989. p. 271).

Es importante anotar que la expresión que le da nombre al binomio que compone esta categoría (Con camiseta –Sin camiseta), fue extraída de lo dicho por dos entrevistados que trabajan en dos multinacionales distintas⁹⁰:

...acá la gente no tiene como ese sentido de pertenencia y están más ahí como por aprender, más que por sacar adelante la empresa y que ponerse la camiseta, o sea, los que uno ve con la camiseta puesta son muy pocos.

...son muy motivacionales, a uno la empresa le pone la camisa de xxx, si uno se mete en xxx, así uno no sea xxx, lo hacen sentir como si fuera de uno, que somos un equipo, que ganamos...a uno le meten xxx por todos lados.

Sentido de pertenencia es una categoría de vital importancia puesto que describe, en términos globales, la afiliación o rechazo de algunos de los sujetos con respecto a ciertos aspectos organizacionales y culturales (antioqueños) de los cuales ellos mismos hablaron en las entrevistas; aspectos reunidos en los diferentes binomios⁹¹. Por ejemplo, después de manifestar su inconformidad con el ambiente impersonal de la multinacional, la “parquedad” de las personas al interior de la empresa, la dificultad establecer “nexos lazos de amistad”⁹², Una entrevistada señala: Con la gente hemos tenido la experiencia que se siente cómo la gente no quiere la empresa, la gente no tiene un sentido de pertenencia, como decir acá que uno ama las compañías que son de la tierra de uno...

⁹⁰ Recuérdese que la principal técnica de recolección de esta información fue la entrevista abierta, la cual se apoya en la denominada atención flotante (Guber, 2001). En consecuencia, este binomio como ninguna de las de las categorías explicativas extraídas de las transcripciones de lo dicho por los entrevistados, fueron sugeridas de una entrevista a otra.

⁹¹ La reunión de los aspectos más relevantes de las culturas organizacionales y antioqueña en binomios constituyó uno de los pasos previos planteados en la reformulación del proyecto de investigación. En este se plantaba como objetivo específico, en función del objetivo general, la caracterización de las culturas organizacionales implicadas. La relevancia de los aspectos de estas a tener en cuenta en la investigación, estuvo dada el testimonio de los entrevistados. El análisis se centró en los rasgos culturales mencionados por los entrevistados.

⁹² Uno de los familiares del fundador relata una anécdota bastante significativa. Este último “pasaba horas enteras en casa sin hablar una sola palabra”. Algunos autores sostienen que la fuerza y el grado de integración de la cultura organizacional es función entre otros de “...la fuerza y claridad de los supuestos mantenidos por los fundadores y líderes del grupo” (Schein, 1988. p. 7) Traducción libre. Este caso tiene la forma de una hipótesis negativa de la regla. Según la anécdota divulgada por la empresa, el fundador pareciera actuar –incluso en casa- en contradicción a la tendencia a la integración y precisamente la entrevistada no se siente integrada a la empresa.

Y en este orden de ideas agrega:

...como te digo, sentido de pertenencia, no, cero, y de compañerismo también, eso es lo que más duro me ha dado, porque yo siempre he sido una persona social y yo he trabajado en empresas, por ejemplo, del Grupo Antioqueño y todo el mundo es súper familiar, todo el mundo te ayuda, todo el mundo es colaborador. Aquí es como un ambiente de competencia.

El testimonio de esta entrevistada denota una falta de integración, si se quiere de identificación, con respecto al contexto general de la empresa. Esto es propiamente una consecuencia del ambiente de competencia. De hecho, ya en otra parte del análisis, descrita en “Competencia”, se cita a la entrevistada cuando afirma que las relaciones al interior de la empresa multinacional, contrariamente a lo que pasa en las empresas antioqueñas, son “impersonales” y llegan hasta lo que ella denomina, “canibalismo”. Esta falta de integración, de compañerismo, de “sentimiento social”, hace difícil pensar en la posibilidad de que la entrevistada, interpretando la situación en términos freudianos, “haya reemplazado su ideal del yo por un objeto compartido por los demás miembros de la masa”. Esto es, su testimonio pone en duda identificaciones que la vinculen a la multinacional que vaya más allá de lo virtual, de lo imitativo. Cuestión que además pone de relieve una vinculación más consistente con la mayor parte de los aspectos representados por el conjunto de polos b –verdes- (ver por ejemplo tabla 3, binomio D, fila 11), identificaciones con rasgos de la cultura antioqueña, identificaciones de tipo tradicional (Laurent, 2007). Es por esto que en el binomio D, en el que se describe gráficamente un panorama general de su afiliación con la empresa, no es posible representar su relación con la cultura organizacional como una tensión. Esto es, la situación no estaría representada por la fila 10.

Tabla 3

		Cultura corporativa		Identidad antioqueña
2. Sentido de Pertenencia.		Polo a	←Subjetividad cultural→	Polo b
Binomio D		Con camiseta		Sin camiseta
10				
11				

Otro de los entrevistados por su parte, parece sentirse a gusto con la exigencia de ser “más profesional, más orientado a los negocios”. Añade que el hecho de haber vuelto a la empresa después de un receso voluntario: es del top 5 días más felices de mi vida y volví acá y es que de verdad se siente la cultura organizacional reflejada en sus trabajadores. Si bien esta afirmación es bastante contundente en lo que se refiere a su sentido de pertenencia, no puede desconocerse en el análisis general de su relación con la cultura organizacional de la empresa multinacional extranjera en la que labora, que en otro aspecto, correspondiente a la siguiente categoría interpretativa, en su subjetividad cultural se presenta una tensión que se comentará adelante (ver tabla 4, binomio E, fila 13)⁹³. Esto señala entonces que su vinculación con la cultura organizacional de la empresa debe ser matizada en algunos aspectos. Si bien los efectos sobre la subjetividad de este entrevistado, de acuerdo a su testimonio son bastante significativos, no podría asegurarse una separación completa de su subjetividad con respecto a algunos aspectos tradicionales antagónicos, rasgos antagónicos si se les coteja con algunos puntos de la cultura organizacional de la multinacional extranjera. Esta posible vinculación del entrevistado con dos polos del binomio E, polos en principio antagónicos, es posible como se verá en el apartado 3.3. Dicha posibilidad está planteada por Schvarstein (2003) a nivel de las polaridades presentes en los contextos sociales: La resolución de las tensiones... depende de los principios y los valores de quien resuelve y de su evaluación acerca de las demandas de situación. Obviamente, los polos no son excluyentes (Schvarstein, 2003. p. 88). Ahora bien, los hallazgos de la presente investigación indican que la

⁹³ Para una aclaración sobre la idea de tensión, el lector puede remitirse a la nota al pie número 81.

resolución a nivel de la subjetividad puede traducirse igualmente en una tensión. Esto por el hecho de coexistir en ella identificaciones con polos antagónicos presentes en el contexto social (subsidiaria) –rasgos cultura organizacional multinacional/aspectos cultura tradicional antioqueña.

Volviendo al análisis que confluyó en la categoría “sentido de pertenencia” (ver tabla 3), es posible observar que si se comparan en términos generales las tendencias presentes en ella, con las que se encuentran en las otras dos categorías interpretativas, lo que marca la diferencia es que en “Sentido de pertenencia” las tendencias de cada uno de los entrevistados están inclinadas unilateralmente hacia uno de los polos. Lo que significaría que los entrevistados, o se bien sienten con la camiseta puesta –se identifican con la empresa- o por el contrario solo toman su desempeño en la subsidiarias como un trabajo de paso. Esto reflejaría la realidad general de la vinculación de los entrevistados con las multinacionales extranjeras, si no se tuviese en cuenta que dicha hipótesis parte exclusivamente de la lectura intra-textual y la comparación interna -ver arriba procedimientos del método analítico. Es decir, de no considerarse que el análisis de la categoría “sentido de pertenencia” se basa exclusivamente en lo que los sujetos señalaron de manera explícita acerca de su afiliación/distancia con la cultura organizacional, podría concluirse que unos entrevistados se identifican completamente con ella, mientras que otros no se identifican con ninguno de sus rasgos. El hecho es que probablemente en lo que se refiere a la vinculación de los entrevistados con la multinacional, la tendencia puede no ser tan unilateral.

El caso de la entrevistada que admitía en un principio estar perdida en el limbo (ver apartado 3.1), es significativo al respecto. Después de un receso y haber regresado a la empresa, manifiesta sentirse muy a gusto trabajando de la empresa. Sin embargo, en algunos aspectos puntuales ella toma distancia frente a la empresa:

Me parece súper bueno todo lo que hacen de integraciones,... Pero ellos no incentivan que uno estudie por fuera. Que porque todo lo que uno tiene para aprender lo tiene dentro de la empresa....y si es verdad eso; pero yo

no sé hasta qué punto uno se vaya a quedar toda la vida en la compañía...pero el día que tú te cases, no sé... Eso me parece que es súper mal. Desmotivante...

Aunque exista esta contradicción, que emerge de la comparación externa (ver descripción de los procesos del método analítico o tabla 1), el análisis realizado a la entrevista ofrecida por esta persona y que se representó inicial e individualmente como una tendencia unilateral en la categoría “Sentido de pertenencia”, es correcto (ver tabla 3, binomio D, fila 11). Ello dado que, como se acaba de indicar, se partió de lo dicho directamente por los sujetos a propósito de las categorías correspondientes. Así es correcto indicar, por ejemplo, que esta entrevistada “tiene la camiseta puesta”, o en otros términos, al interior de esta categoría (binomio D), su subjetividad cultural no experimenta ninguna tensión. Ahora bien, como se verá en las consideraciones finales, aun teniendo presente que el “Sentido de pertenencia” es muy importante para establecer cuál es la relación de los entrevistados con la cultura organizacional de la multinacional, el análisis por separado de cualquier categoría es insuficiente para sacar alguna conclusión al respecto.

Para culminar con el apartado de los hallazgos y la correspondiente discusión, se expone la categoría interpretativa denominada planeación. Si el lector se pregunta por el número de categorías que arrojó el estudio, tal y como se argumentó en la introducción a la presente sección del informe (3), dicho número responde a la necesidad de poner freno a la multiplicidad de interpretaciones que pueden emerger tan solo de la polisemia del lenguaje. En este punto se propuso que el método, puntualmente los procesos de lectura intra-textual, de comparación y de contrastación, ayudó a formalizar la interpretación del investigador. Interpretación que continúa con la nominación de la siguiente categoría. Adicionalmente, la actitud analítica desarrollada a través de la investigación –incorporación-, implicó que el investigador se comprometiera al análisis de los testimonios y admitiera, como se ha hecho en el presente informe, que ya el análisis está comprometido mínimamente por lastre teórico, metodológico y epistemológico.

3.3. Planeación

Tabla 4

		Cultura corporativa			Identidad antioqueña
3. Planeación		Polo a	← Subjetividad cultural →		Polo b
	Binomio E	Cuadrículados			Vaivén de las olas
12					

En el curso del presente estudio, la emergencia de la categoría interpretativa que se comentará a continuación, fue bastante significativa. Esto ya que, aun siendo una investigación social, su enfoque principal fue estudiar desde dicha perspectiva algunos elementos del campo administrativo. Para entrar en materia, obsérvese el binomio E de la tabla 4.

El polo (a) del binomio (E), (“cuadrículados”), fue extraído de una expresión utilizada de manera literal e independiente por tres entrevistados. Dicha expresión, y por tanto la categoría interpretativa que de ella se desprende, llama la atención pues de acuerdo al testimonio de los entrevistados, ella parece dar cuenta de la manera como estos interpretan uno de los 5 elementos de la acción administrativa (Dávila, 2001. p. 24): la “previsión o planeación”⁹⁴. Nótese a continuación lo que manifiestan dos de los entrevistados:

...una cultura muy cuadrículada, los gringos son muy cuadrículados en sus conceptos, en sus cosas, de pa’ dónde van...

al principio ellos son muy cuadrículados, muy cuadrículados, muy pero muy, muy, pero al mismo tiempo yo entiendo ese cuadrículado como una forma de ser perfectos y sostenerse perfectos y mantenerse perfectos...

⁹⁴ Según Fayol, previsión o planeación significa calcular el porvenir y prepararse para el futuro (Dávila, 2001. p. 25)

Te digo un ejemplo de qué tan planificados son..., todo es cuadrulado cien por ciento, planificadores totalmente. Ellos a principio de año saben todo lo del año...

A partir de estos pasajes es conveniente anotar que el calificativo cuadrulado, no supone al interior de los dos primeros testimonios, una consideración totalmente positiva con respecto a la planificación y al seguimiento estricto de esta. Como se verá unos párrafos más adelante, estos dos mismos entrevistados no dudan en criticar estos aspectos. El tercer caso tampoco muestra una consideración totalmente negativa; en otro pasaje de la entrevista, se puede observar que la persona indica que, a pesar del hecho de incluso reducir el momento y la duración de las fiestas de la empresa a una directiva organizacional, la planificación facilita el manejo del tiempo personal. Aunque sería demasiado ambicioso indicar que estos tres entrevistados están totalmente a favor o radicalmente en contra de la planificación, si es posible interpretar que la planificación que discrimina hasta el último detalle –las fiestas de la empresa son un ejemplo- y su seguimiento estricto, rasgos que los entrevistados identifican con las multinacionales en las que laboran, son cuestiones que han permeado dimensiones que sobrepasan la vida de estas personas al interior de la empresa.

Como se sugiere en el comentario anterior y se representa gráficamente en la tabla 4, un aspecto que llama la atención de “planeación” es que, al contrario de las otras categorías, en todos los casos –entrevistas- se da una tensión a nivel de la subjetividad⁹⁵. Lo anterior incluso en los testimonios de dos de los entrevistados, quienes manifiestan abiertamente su preferencia por el ambiente “cuadrulado” propio de las empresas multinacionales a las cuales hacen referencia:

⁹⁵ Aquí la tensión a nivel de la subjetividad se puede resumir como sigue: Como se habrá notado la planeación, o mejor dicho, lo cuadrulado, se asume de manera ambivalente. Esto es, tiene para los entrevistados una connotación positiva y negativa. La consideración positiva viene de la mano con el éxito que representan las empresas multinacionales e incluso con la facilidad que implica en el manejo del tiempo libre. Lo negativo, está dado por el hecho de que tradicionalmente la planificación del tiempo tiene una perspectiva más corta o no cubre todos los detalles de algunos aspectos de la vida; como por ejemplo, las vacaciones o algunos detalles de las fiestas empresariales. Lo anterior lleva a pensar en una tensión experimentada a nivel de la subjetividad por la existencia, al interior de la empresa, de uno de los polos del binomio, y en la tradición, del otro polo.

me fue bien, me adapté muy bien a la cultura de xxx porque yo soy más bien cuadrículado, mi estructura es muy de esto es por aquí, esto es por aquí,..., de mirar el número al detalle, entonces la experiencia con la cultura de xxx fue buena, aprendí muchas cosas, me gustó mucho...

...me da más facilidad sumergirme en la perfección que en la imperfección. Ahora que estoy con éstos,..., me da más facilidad tirar más para el lado bueno de la vida que para el otro lado...

A pesar de sentirse identificados con el calificativo cuadrículados, estos dos sujetos señalan que en ocasiones han actuado siguiendo una lógica diferente a la “cuadrículada”, a la del cálculo anticipado del futuro, tirando para “el lado malo de la vida”. De un lado, quien directamente se dice cuadrículado, anota que ante algunos de los lineamientos que propone la empresa, “uno mete goles por donde uno pueda”⁹⁶. Del otro, quien indica sentirse bien en lo que califica como “perfección”, relata un incidente en el que tuvo que realizar un procedimiento por fuera de lo establecido por la empresa, lo cual da cuenta de la existencia de una tensión al interior de la subjetividad. Esta tensión se hace patente en que si bien se identifica como “caudriculada”, siguiendo estrictamente el protocolo indicado por la empresa, actúa de acuerdo a las circunstancias –tendencia que la misma entrevistada relaciona con su cultura de origen:

...es una estupidez, pero para ellos es el mundo, ellos no lo hacen, entonces, a veces esas cosas como que yo digo: que desespero pues; eso es muy complicado, pero de resto, un lado positivo pero súper positivo y que a mí me da mucho miedo de cambiarme de empresa, es la perfección...

Es precisamente una expresión utilizada por la misma entrevistada con el fin de nombrar el hecho que generalmente los latinos no se comportan

⁹⁶ Precisamente esta expresión es un decir tradicional que reza sobre una peculiar actitud frente a las normas –en este caso, la planeación. Meter goles significa encontrar una vía alternativa a lo estipulado.

“cuadriculadamente”, esto es, que los latinos tienden a moverse más de acuerdo a las circunstancias presentes, a actuar sobre la marcha, la que da nombre al otro polo del binomio:...nosotros los latinos somos como muy al vaivén de las olas.

Así, ambos entrevistados se encuentran compelidos tanto hacia la perfección que se podría lograr siendo –identificándose como- cuadriculados y la tendencia a meter goles o ir al vaivén de las olas, esto es, actuar de acuerdo a lo que la situación requiera. A pesar de que es difícil conjeturar qué tipo de identificaciones halan la subjetividad hacia ambos polos de este binomio (E), si es posible esclarecer que se trata de una tensión. Esta tensión consiste entonces en la doble vinculación de los entrevistados con ambos polos (a-b) del binomio E. De un lado relacionando lo cuadriculado con la perfección e identificando su propia estructura con esto, del otro calificándola de estupidez y metiendo goles.

A partir de la discusión de esta categoría interpretativa –planeación-, también puede pensarse la influencia de las multinacionales a través de sus culturas organizacionales. Esto siguiendo la misma reflexión hecha a propósito de la categoría “competencia”, en la cual se preguntaba por la posible desvalorización de principios tradicionales, no solo en los entrevistados, sino a nivel social. Como se habrá podido notar hasta aquí, las identificaciones con algunos rasgos de las culturas organizacionales, rasgos diferentes e incluso antagónicos a ciertos aspectos de la cultura tradicional, calan en la subjetividad de los entrevistados. En el caso de la planeación, la incorporación de este principio en el tiempo libre, implica un manejo del tiempo diferente al que acostumbran quienes hacen parte de los círculos sociales de los entrevistados. Por esta vía se ven, o afectados los encuentros sociales de quienes se identifican como cuadriculados y actúan en consecuencia, y aquellos que acostumbran, por tradición, a vivir al ritmo de las olas, o directamente se afecta esta última costumbre. De hecho, el testimonio de los entrevistados es una muestra de esta afectación, por supuesto, en los casos aislados por la investigación.

A propósito de la consistencia con la cual aspectos de la cultura organizacional de multinacionales extranjeras pueden tocar las subjetividades de quienes se supone la integran, los siguientes testimonios son dicentes. En ambos el denominador común es la manera como la planeación ha interferido las esferas vitales que sobrepasan la vida al interior de la organización. Igualmente, sosteniendo la intención de proponer como referentes principales para el análisis de la información los testimonios de los entrevistados, los siguientes dos pasajes sirven de definición del polo a del binomio E, mientras que extractos de la obra de algunos autores dedicados a la descripción de la cultura antioqueña, definen el polo b⁹⁷:

Ellos a principio de año saben todo lo del año, que clientes tienen, con que personas cuentan, cuando puedes tener tus vacaciones, vos sacas un día de incapacidad y se descuadra todo el mundo, porque a vos ya te tiene planificado todo el año, o sea, yo ya sé que voy a hacer... eso es algo que de por sí es bueno, me parece que eso le genera uno un orden mental de las cosas, porque vos ya estás preparado mentalmente que vas a hacer de acá en adelante y puedes planificar tu tiempo con anterioridad...

...me impresionaba que aquí la gente no planeara, para mí es un choque que la gente no planee ya tan día a día, a mi me da duro eso. En mi cotidianidad, a mi me da duro, yo ya sé cuando son los puentes de año, yo ya sé que voy a hacer tal puente, yo ya sé que voy a hacer el 31 de diciembre, tengo la reserva desde hace tres meses, yo ya estoy planeando semana santa, yo soy como muy tal cual son en mi empresa...

Con estos pasajes, culmina la descripción de los hallazgos de la presente investigación. Es conveniente insistir que el límite de los hallazgos –categorías interpretativas- se encontró en el intento por seguir de cerca los testimonios de los entrevistados. Por razones obvias, que tocan a la polisemia del lenguaje, podrían extraerse muchas otras categorías. No obstante, basándose en la

⁹⁷ Un hecho que valdría la pena analizar en la vida de Antioquia es la variación en sus tempos" o diciéndolo más claro el cambio de ritmo de sus aconteceres. No es lo mismo el "tempo" de hace 100, 200 años, que el ritmo febril de la hora presente, al cual accedimos al romperse el aislamiento secular. Este cambio altera la vivencia de la duración, la estimativa del pasado y el prospecto vital de las gentes (Londoño, 1987. p. 88).

formalización que proveen los procesos del método analítico, cabe ahora pasar a las consideraciones finales aportadas por el estudio. Ellas hacen las veces de conclusión de la presente investigación.

4. Consideraciones finales

Retomando los hallazgos del estudio, es posible reconocer que en términos globales la relación que los entrevistados sostienen con las culturas organizacionales involucradas en la presente investigación, puede definirse señalando que se trata de una tensión⁹⁸. Esto quiere decir que las subjetividades involucradas se ven conminadas tanto hacia algunos aspectos de la cultura organizacional, como a rasgos -a veces incluso divergentes- de la cultura tradicional. Si se observan detenidamente las categorías explicativas – binomios-, también es posible aseverar que puntualmente en algunos puntos no existe tensión y que, o bien la subjetividad tiende hacia puntos de la cultura organizacional, o queda anclada a rasgos propios de la cultura antioqueña.

Aunque tener en cuenta por separado uno a uno las categorías explicativas, puede dar pistas acerca de las coordenadas de ciertas identificaciones manifiestas en los sujetos culturales, incluso sugerir que las identificaciones tienen el carácter cohesionador de una identificación simbólica, lo cual habla de la contundencia por la cual se preguntaba el investigador en el marco teórico (punto 1.3.3.)⁹⁹, no es posible extraer una conclusión definitiva a partir de la descripción por separado de una de las categorías explicativas. Por sí solo, esto no ofrece un esclarecimiento de la relación que establecen los entrevistados con las culturas corporativas de las multinacionales extranjeras. Tampoco proporciona un examen de la subjetividad cultural en sus relaciones con la totalidad de la cultura organizacional de multinacionales extranjeras.

Ahora bien, teniendo presente de manera general las tres categorías interpretativas, que están constituidas por el conjunto de categorías explicativas, es posible señalar que cada uno de los entrevistados establece

⁹⁸ Aquí se habla de tensión a nivel de la subjetividad. Por supuesto, como se definió en el apartado “Hallazgos”, esta tensión es si se quiere, el correlato subjetivo de la tensión que implica el establecimiento de una cultura organizacional –foránea- en un entorno cultural diverso. Recuérdese que para Schvarstein (2003) toda organización implica una tensión entre polos complementarios y antagónicos.

⁹⁹ ¿Qué tan consistente puede ser el efecto transformador en las subjetividades de las identificaciones con culturas organizacionales de multinacionales extranjeras? Hablar de identificaciones con efecto cohesionador implica reconocer su consistencia y efectos decisivos a nivel de la subjetividad.

una relación de tensión con la totalidad de la cultura organizacional de la empresa multinacional extranjera correspondiente. Esto porque en ninguno de los testimonios analizados se presenta una identificación total con la cultura organizacional de la multinacional extranjera, ni un alejamiento o rechazo radical con respecto a esta. Esto último, la imposibilidad de un alejamiento radical, puede anotarse con mayor ahínco respecto al vínculo de los sujetos con su cultura tradicional¹⁰⁰.

En cualquier caso, las consideraciones finales respecto a la relación que los sujetos entrevistados establecen con la cultura organizacional de las multinacionales extranjeras, deben hacerse en términos del conjunto de categorías interpretativas. Es que ya en la configuración del proyecto, la investigación no pretendía estudiar las relaciones de sujetos con elementos desagregados de la cultura organizacional de multinacionales extranjeras, sino precisamente el tipo de vínculo con esas culturas organizacionales en tanto conjunto. De esta manera, es posible esclarecer que la relación de los sujetos con las culturas organizacionales extranjeras es de tensión. En otros términos, a esto apunta la idea de tensión a nivel de la subjetividad, la investigación permite sugerir que coexistiendo con identificaciones con los rasgos de la imagen ideal del antioqueño, se encuentran en las subjetividades culturales de los sujetos entrevistados, algunas identificaciones con aspectos de las culturas organizacionales de las multinacionales extranjeras. Por si solo, esto no es nada diferente a señalar –en los términos que delimitaron el objeto de la investigación- que la subjetividad es una superposición de identificaciones¹⁰¹. No obstante, lo que se constituye en una suerte de respuesta a la pregunta de investigación, y que le da “valor agregado” a los resultados del estudio, es la posibilidad de anotar que en este caso, la forma en que en la subjetividad de los entrevistados se superponen las identificaciones con la cultura

¹⁰⁰ Aunque es un punto ya sustentado en la teoría Ortiguez (1998), no puede dejar de mencionarse este hallazgo de la presente investigación

¹⁰¹ En las últimas líneas se encuentra un complemento a la respuesta dada a la otra pregunta que el investigador se planteó en el marco teórico (sección 1.3.3): ¿Cuál es la naturaleza de la identificación cuando se habla de superposición de identificaciones, precisamente en una investigación que versa sobre el alcance de las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras en la subjetividad?

organizacional de multinacionales extranjeras y con la cultura tradicional antioqueña, es de tensión.

Identificar el testimonio de los entrevistados con los binomios que emergieron del análisis de la información, y posteriormente con las categorías interpretativas, requirió previamente cumplir con un paso necesario para dar respuesta a la pregunta de investigación. Paso hecho explícito en uno de los objetivos específicos de la investigación; este indicaba en términos generales una caracterización de las relaciones. Es importante reconocer que los binomios no solo emergieron del testimonio de los entrevistados, sino que tomaron forma a partir de la comparación externa con las descripciones – divulgadas al público general- de las culturas organizacionales de las correspondientes multinacionales extranjeras. Estas descripciones consistieron en una colección de características –caracterización- de acuerdo a la idea de Schein (1988) de cultura organizacional. Así, esta caracterización dio las pautas iniciales para concluir que los sujetos entrevistados están vinculados tanto a aspectos de las culturas organizacionales extranjeras, como a elementos de su cultura de origen, aun si dichos aspectos y elementos se presentan como contradictorios. A esta doble vinculación con polos pertenecientes a las culturas organizacionales y con polos pertenecientes a la cultura de origen, es a la que aquí se denomina tensión. Dicha relación en doble sentido –tensión- responde al propósito de examinar el alcance de las culturas organizacionales frente a las subjetividades culturales.

Lo anterior se puede expresar en otros términos señalando que de acuerdo a los testimonios analizados, la relación de los sujetos entrevistados al interior de los círculos culturales de las multinacionales extranjeras, en algunos puntos, sigue la lógica de las identificaciones imaginarias. Si la agresión entre los compañeros en la subsidiaria está relativamente contenida, ello pareciera responder a identificaciones simbólicas que no provienen precisamente de la configuración de la empresa subsidiaria y por supuesto tampoco de la identificación de los entrevistados con la cultura organizacional. Como se pudo notar, en la mayor parte de categorías interpretativas, es evidente la falta de una integración más allá de lo formal/laboral de los entrevistados con respecto

a sus compañeros de empresa. Asimismo, se hace notar una adopción relativa, inestable y/o cambiante, de los principios de la compañía; esto al parecer mediante identificaciones de bajo nivel. Ello en favor de identificaciones que dejan ver la profundidad que alcanzan los valores tradicionales en las correspondientes subjetividades culturales.

La adopción relativa e inestable de las prácticas, valores y supuestos implícitos de culturas organizacionales extranjeras, responde en parte en los casos analizados, a que estas presentan una imagen ideal de la empresa, una imagen virtual descalificada en la experiencia que han tenido los entrevistados al interior de las empresas. Si en el mejor de los casos la cultura organizacional de las subsidiarias está dirigida a aunar esfuerzos para la consecución de objetivos comunes de todos los miembros de la multinacional, ella se ve reducida en dicha intención por un ambiente –experimentado por algunos entrevistados- donde reina la competencia, donde importan más los números- resultados que la relación misma entre los trabajadores, donde incluso se debe ser cuchilla con los compañeros de trabajo. De la misma manera, la práctica de la cultura organizacional de multinacionales extranjeras se dificulta porque ella, al vehiculizar valores correlativos al sistema económico capitalista, va precisamente en contravía de valores y presupuestos, que en algunos casos provienen de la vinculación profunda de los sujetos con la cultura tradicional.

Así, aunque la razón de ser de dicha cultura sea, como lo indica el *international management*, facilitar la transferencia de prácticas de un país al otro a través de la identificación de los trabajadores con un objetivo común, los resultados del presente estudio hacen evidente que algunas de las culturas organizacionales involucradas incitan, con o sin conocimiento de ello, la competencia y el logro individualista. Por supuesto, el desconocimiento no libra a las empresas de efectos –secundarios- disgregadores en las relaciones entre trabajadores de la misma región cultural. Basta recordar que para algunos entrevistados, las multinacionales extranjeras son algo más que “escuelas”. No pueden descartarse tampoco dichos efectos disgregadores, a una escala que

supera las fronteras –ficticias- de las subsidiarias¹⁰². Dicho efecto puede ser puesto en los siguientes términos: un relajamiento de los mecanismos a través de los cuales tradicionalmente son reguladas, en los países visitados, las identificaciones imaginarias; eso es, un debilitamiento de las identificaciones tradicionales.

Ahora bien, no puede descartarse de los vínculos de los entrevistados con las culturas organizacionales de multinacionales extranjeras, la presencia de algunas identificaciones cuyo efecto es la regulación de las relaciones entre los empleados ubicados en distintas partes del globo. Por ejemplo, cuando una de las entrevistadas manifiesta que si en algún momento ella fue “planeadora”, trabajando con una multinacional extranjera donde la perfección, la racionalidad¹⁰³ y los más altos estándares hacen parte de la filosofía, se ha vuelto “súper, hiper mega planeadora”. Es que ahora le da más facilidad irse por el lado “bueno” de la vida. Dicha transformación, siguiendo unos valores pertenecientes a una cultura organizacional extranjera, le permite funcionar en relativamente al unísono con personas trabajando en la matriz en Alemania o en otras empresas subsidiarias. Con lo cual puede decirse que por medio de identificaciones con valores y principios de la empresa, la entrevistada ha entrado a ser parte de la “masa” de la empresa. Dado que sus identificaciones con la empresa procuran al interior de esta un efecto similar al que corresponde a las identificaciones con la comunidad de origen –efecto de regulación, sentimiento social, etc.-, en otros términos puede sugerirse una movilización de la subjetividad de la entrevistada¹⁰⁴.

¹⁰² Las multinacionales de tipo etnocéntrico parecen ignorar el simple hecho de que las empresas no son entes aislados de las sociedades en las cuales están radicadas. A nivel de la cultura organizacional, cuando dicho instrumento no se adapta al entorno cultural visitado, la multinacional parece erigir una suerte de fronteras. Fronteras que aquí se quiere calificar de ficticias e insuficientes pues la cultura local –que puede agobiar el funcionamiento de la subsidiaria, por ejemplo por falta de compromiso de trabajadores que pueden considerarla como solo una escuela-, es introducida en a través de la subjetividad de los mismos trabajadores locales.

¹⁰³ Por racionalización Max Weber entiende el proceso por medio del cual las reglas y procedimientos explícitos, abstractos, intelectuales y calculables gradualmente sustituyen los sentimientos, la tradición, y la mera intuición en todas las esferas de la vida (Dávila, 2001. p. 139)

¹⁰⁴ Esto también habla de la consistencia del efecto transformador de las identificaciones con la cultura organizacional de multinacionales extranjeras. Pone en suspenso, aunque sea solo en unos casos, la imagen de relativa impenetrabilidad de la cultura antioqueña: El antioqueño de

Incluso en los casos en que la relación de los entrevistados con la cultura organizacional de la multinacional extranjera es sostenida por identificaciones de bajo nivel, es posible entonces sugerir que dicho vínculo hace parte de la configuración de la subjetividad cultural, del Yo (el Yo mismo es una función imaginaria (Lacan, 1995. p. 84). No obstante, y en concordancia con los conceptos psicoanalíticos aquí utilizados, es conveniente señalar que como tal –parte del Yo-, la relación de los sujetos entrevistados con las culturas organizacionales –sostenida por identificaciones imaginarias- no es un elemento estructural del sujeto¹⁰⁵. En otras palabras, si bien la relación de los sujetos con las culturas organizacionales extranjeras afecta la configuración de su personalidad, a un nivel si se quiere superficial, no tendría el mismo peso que la relación que estos mismos sujetos sostienen con sus comunidades de origen. Es decir, que el hecho de ser relativamente transformados en determinado momento por unos valores y unos supuestos organizacionales extranjeros, no implica que los sujetos dejen definitivamente de lado unos valores o supuestos propios de su cultura de origen, que por intermedio de identificaciones simbólicas, han generado un tejido social tradicional. He allí la diferencia entre identificaciones tradicionales e identificaciones de bajo nivel. Esto es, mientras las identificaciones de un sujeto con una comunidad de objetivos, tales como las que se establecen con respecto a la cultura organizacional de una empresa multinacional extranjera –cuando por ejemplo el sujeto la piensa como una escuela-, se entablan y deshacen a lo largo de la existencia, la pertenencia a una comunidad tradicional o de origen es irreversible.

A pesar de esto, es conveniente insistir en que más allá de ser o no una coartada para el aumento de la productividad, las culturas organizacionales sí tienen algunos efectos en la subjetividad cultural de los entrevistados. Esto se hace evidente en el hecho que, aun si los entrevistados manifiestan estar

hoy conserva aquellos elementos constitutivos de su región en el pensamiento y en su actuar...no se desprende de sus símbolos (Marín, 1998. p. 54)

¹⁰⁵ El lector puede remitirse al capítulo “marco teórico” del presente informe. En él se comentan los términos sujeto cultural, subjetividad cultural y sujeto del inconsciente, así como la relación entre ellos.

inconformes con aspectos de la cultura organizacional, relativamente asumen los valores, filosofías, presupuestos correspondientes incluso más allá de la vida laboral. Lo anterior es ilustrado por el testimonio de una entrevistada, quien aunque manifiesta no haber podido integrarse al ambiente de la empresa, se expresa sobre los beneficios en su vida de un rigurosa planeación del tiempo. Así, las prácticas y valores organizacionales de multinacionales extranjeras relacionados con el sistema económico capitalista, relación comentada anteriormente¹⁰⁶, son asumidas –a través de identificaciones– como correlato en la subjetividad y de esta manera tienen efectos de transformación al interior de esta. Dichos efectos se exteriorizan a nivel social de la manera en que lo describe Ortiguez (1994):

Las sociedades modernas son tanto más inestables cuanto más tienden a concebirse como comunidades de objetivos. Las asociaciones de objetivos son inestables porque son sociedades abiertas. Una sociedad que se abre a la economía de mercado es una sociedad donde las relaciones comunitarias tradicionales son cuestionadas. Una turbulencia se introduce en la vida social y la vuelve frágil. La fragilidad es el precio de la apertura. En la medida en que los hombres se asocian en función de objetivos que deben alcanzar o de cosas que deben hacer, el vínculo social participa de los riesgos de la acción y de la incertidumbre ante el porvenir (Ortiguez, 1994. p. 88).

Como consideración final respecto al análisis de la información, conviene mencionar una dificultad que inicialmente encontró el investigador y que de no resolverse, pudo haber cambiado el curso de consideraciones como la anterior. La dificultad se presentó puntualmente en el establecimiento de los binomios de análisis, en el hecho de que algunos aspectos de las multinacionales, por ejemplo, el afán de lucro, se pueden rastrear también en la cultura antioqueña. Ahora bien, lo que en este renglón no es común y que permite pensar en dos polos separados (a; cultura corporativa y b; identidad cultural antioqueña), es que en las multinacionales el ánimo de beneficio económico no sólo tiene bastante importancia (Stiglitz, 2006), sino que además otros aspectos como las

¹⁰⁶ Ver sección “Impacto cultural de las multinacionales”.

relaciones sociales dentro de la empresa parecen totalmente subordinados al afán de lucro. Así se sorteó esta dificultad transitoria.

Como complemento a los hallazgos presentados en este informe, el estudio abre la vía para futuras investigaciones acerca del efecto, a nivel cultural, de la entrada de corporaciones multinacionales a la región antioqueña. De hecho, por ser Antioquia reconocida como un cotexto “regionalista”, lo cual aguza mucho más la mirada con respecto a los tradicionales estudios administrativos sobre entornos nacionales, por haber sido realizado desde una óptica psicológica –interdisciplinariedad-, la presente investigación suscita por ejemplo interés en el campo del *international management*. Para finalizar, con suerte solo de manera parcial, es necesario confesar que con la realización de este informe, el investigador pretendió presentar un producto formalizado que movilice mínimamente el interés de atacar la misma problemática desde las distintas posibilidades que provee la investigación científica.

Bibliografía

ALONSO, Luis Enrique. (1994). "Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa". En: DELGADO, Juan Manuel y GUTIÉRREZ, Juan. (1994). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Madrid: Síntesis.

ARNAUD, Gilles and VANHEULE, Stijn. (2007). The division of the subject and the organization: a Lacanian approach to subjectivity at work. In: Journal of Organizational Change Management Vol. 20 No. 3, 2007. pp. 359-369. www.emeraldinsight.com/0953-4814.htm. Retrieved 03/12/2008

AKTOUF, Omar. (2002). El Simbolismo y la Cultura de la Empresa. Abusos Conceptuales sobre las lecciones de Campo. En: Administer 0001 (2002) 65-94.

BATTEAU, Allen W. (2000). Negations and Ambiguities in the Cultures of Organization In: American Anthropologist, New Series, Vol. 102, No. 4 (Dec., 2000), pp. 726-740.

BERGMAN, M. and COXON, A. (2005). The Quality in Qualitative Methods. In: Forum: Qualitative Social Research. Volume 6, No. 2, Art. 34. May 2005.

BJÖRKMAN, I., and LERVIK, J. (2007). Transferring HR practices within multinational corporations. In: Human Resource Management Journal, 17(4), 320-335. Retrieved November 6, 2008, doi:10.1111/j.1748-8583.2007.00048.x

BLAIKIE, Norman. (2007). Approaches to social enquiry. Polity Press. Malden (U.S.), 2007

BOURDIEU, Pierre. (1997). Razones prácticas sobre la teoría de la acción. Barcelona: Anagrama.

BROOKS, Ian. (2003). Organizational behavior. Individuals, groups and organizations. Northampton: Prentice Hall.

CALVANO, Lisa. (2008). Multinational Corporations and Local Communities: A Critical Analysis of Conflict. In: Journal of Business Ethics (2008) 82:793–805. <http://www.springerlink.com/content/10783820541250w5/fulltext.pdf>. Retrieved 17/02/2009

CAMERER, Colin and VEPSALAINEN, Ari. (1988). The Economic Efficiency of Corporate Culture. In: Strategic Management Journal, Vol. 9, Special Issue: Strategy Content Research (Summer, 1988), pp. 115-126. <http://www.jstor.org/stable/3875298>. Retrieved February 10, 2009.

CASEY, Catherine. (1999). “Come, Join Our Family”: Discipline and Integration in Corporate Organizational. In: Human Relations, Vol. 52, No. 2, 1999. Retrieved 01/12/2008.

CAVUSGIL, Tamer et al. (2008) International business: Strategy, Management and the New Realities. New Jersey: Prentice Hall.

CHANLAT, Jean-François et al. (2008). Gestion en contexte interculturel. Approches, problématiques, pratiques et plongées. Québec: Presses de l'Université Laval. 488p.

CIFUENTES, Alfonso. (2004). Globalización y demografía : lectura del problema laboral colombiano. Tesis Msc administración U. EAFIT. 2004. Medellín.

DÁVILA, Carlos. (2001). Teorías organizacionales y administración. Bogotá: Mc Graw Hill. 317p.

DENZIN and LINCOLN. (2005). The Sage Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks: Sage.

DERESKY, Helen. (2008). International Management. New Jersey. Prentice Hall. 492p.

De SWARTE, Thibault. (1998). Psychoanalysis and management: the strange meeting of two concepts. In: Journal of Management Psychology, Vol. 13. No. 7, 1998pp. 459-468. ABI/INFORM Global. (Document ID: 116354116). Retrieved 09/05/2008.

DINERO: Sin autor. (2005). "Multinacionales: ¿cuál es su aporte?". En: Dinero No. 238. 2005/09.

EMBER, Carol y EMBER, Melvin. (1997). El concepto de cultura. En: Antropología cultural. Madrid: Prentice Hall.

FREUD, Sigmund. (2001). El malestar en la cultura (1930 [1929]). En: Obras Completas. Vol. XXI. Buenos Aires: Amorrortu.

_____. (2001a). El porvenir de una ilusión [1927]. En: Obras Completas. Vol. XXI. Buenos Aires: Amorrortu.

_____. (2001b). Psicología de las masas y análisis del yo [1921]. "La identificación". Vol. XVIII. En: Obras Completas. Buenos Aires: Amorrortu.

GABRIEL, Y. and CARR, A. (2002). Organizations, Management and Psychoanalysis: an overview. In: Journal of Managerial Psychology. Vol. 17. No. 5, 2002, pp. 348-365. www.emeraldinsight.com/0268-3946.htm. Retrieved 01/12/2008.

GALEANO, Maria Eumelia. (2008). Diseños de proyectos en la investigación cualitativa. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit. 82p.

_____. (2004). Estrategias de investigación social cualitativa. La carreta Editores. Medellín.

GALINDO, Luis Jesús. (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Editorial Pearson. México.

GIL, Lina Marcela. (2004). Método analítico e interacción comunicativa en el contexto organizacional. Universidad EAFIT. Medellín, 2004. Tesis Msc. Administración U. EAFIT.

GUBER, Rosana. (2001). La etnografía: Método, campo y reflexividad. Bogotá: Editorial Norma.

GOODWIN, Neva. (2007). "The social impacts of multinational corporations: an outline of the issues with a focus on workers", A. Chandler & B. Mazlish (eds.): Leviathans: multinational corporations and the new global history. New York: Cambridge University, pp.135-166.

GUSDORF, G. (1957). La palabra. Buenos Aires: Ediciones Galatea Nueva Visión.

HARDING, Nancy. (2008). The "I", the "me" and the "you know": identifying identities in organizations. In: Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal, Vol. 3 No. 1, 2008. pp. 42-58. Emerald Group Publishing Limited. www.emeraldinsight.com/1746-5648.htm. Retrieved 03/12/2008

HAWKINS, Peter. (1997). Organizational Culture: Sailing Between Evangelism and Complexity. In: Human Relations, Vol. 50, No. 4, 1997. Retrieved 10/02/2009.

HEALD, Suzette and DELUZ, Ariane. (1994). Anthropology and Psychoanalysis: An encounter through culture. London: Routledge. 244p.

HEILBRONER, R. (1974, May). The Clouded Crystal Ball. American Economic Review, 64(2), 121. Business Source Premier database. Retrieved February 18, 2009.

HEILBRONER, Robert. The Multinational Corporation and the Nation State. In: The New York Review of Books, Volume 16, Number 2, february 1971. <http://www.nybooks.com>. Retrieved February 23, 2009.

HENAO, Carlos M. (2008). Coordinación grupal y relaciones de poder: una aplicación del método analítico en las organizaciones. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

HOFSTEDE, Geert. (2005). Cultures and organizations. New York: Mc Graw Hill.

HOFSTEDE, Geert. (1999). Culturas y organizaciones. Madrid: Alianza.

JUNQUERA, Carlos. (1995). Los informantes. En: Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural. AGUIRRE B., Angel. ED: Alfaomega.

LACAN, Jacques. (2001). "El estadio del espejo como formador de la función del Yo", Escritos. México: Siglo XXI, pp. 86-93

_____. (2001a). "Introducción teórica a las funciones del psicoanálisis en criminología", Escritos. México: Siglo XXI, pp. 117-141

_____. (2001b). "Del sujeto por fin cuestionado", Escritos. México: Siglo XXI, pp. 441-472

_____. (2001c). "Situación del psicoanálisis y formación del psicoanalista en 1956", Escritos. México: Siglo XXI, pp. 441-472.

_____. (2001d). "La agresividad en psicoanálisis", *Escritos*. México: Siglo XXI, pp. 94-116

_____. (1995). "El yo en la teoría de Freud y en la técnica psicoanalítica", *Seminario*. Libro 2. Buenos Aires: Paidós. 481p.

LAPLANCHE, Jean y PONTALIS, Jean-Bertrand (1996). Diccionario de psicoanálisis. Barcelona: Paidós. 535p.

LAURENT, Éric. (2007). "Patologías de la identificación en los lazos familiares y sociales: Primera conferencia". En: (2007). Patologías de la identificación en los lazos familiares y sociales. Buenos Aires: EOL.

LEUNG, Kwok et al. (2005). Culture and international business: recent advances and their implications for future Research. Journal of International Business Studies 36, 357–378. <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/3875298.pdf>. Retrieved 10/12/2006.

LÓPEZ, Francisco. (2004). El discurso sobre la cultura organizacional como dispositivo de poder en las organizaciones. Ponencia en el congreso internacional de Antropología Iberoamericana. Salamanca.

LONDOÑO, León. (1987). Qué pasó en Antioquia y otros ensayos. Medellín: Impresos Caribe. 195 p.

LUTHANS AND DOH. (2009). International Management: Culture, Strategy and Behavior. New York: Mac Graw Hill. 619p.

MAZLISH, Bruce and MORSS, Eliot. (2007). A Global elite?. In: CHANDLER Alfred, Jr. and MAZLISH, Bruce (Editors). 2007. Leviathans: multinational corporations and the new global history. New York: Cambridge University Press.

MARIN, Juan Gonzalo. (1998). Identidad cultural del antioqueño. Tesis (Maestría en Problemas Sociales Contemporáneos, Emergencias y Desastres). Universidad de Antioquia. 1998

MAYOR MORA, Alberto. (1989). Ética, Trabajo y Productividad en Antioquia. Bogotá: Tercer Mundo.

MEAD, Richard. (2005). International Magement: Cross-cultural Dimensions. Oxford: Blackwell.

MILLMAN, Gregory J. "CORPORATE CULTURE". (2007). In: Financial Executive; Jul2007, Vol. 23 Issue 6, p. 44-47, 4p. (Ebsco: Data Base). Retrieved 26/01/2008.

MORIN, E. (1991). El Método. Madrid: Cátedra.

NACIONES UNIDAS. Departamento de asuntos económicos y sociales. (1973). Las corporaciones multinacionales en el desarrollo mundial. Nueva York: Naciones Unidas.

ORTIGUEZ, Edmond. (1994). "Las referencias identificatorias en la formación de la personalidad". En: KRISTEVA et al. (1994). El trabajo de la metáfora: identificación/interpretación. Barcelona: Gedisa.

PARRA Rubén Darío y TORO, Iván. (2006). Método y conocimiento: Metodología de la investigación. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

RECIO, Felix. (1994). "Análisis del discurso y teoría psicoanalítica". En: DELGADO, Juan Manuel y GUTIÉRREZ, Juan. (1994). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Madrid: Síntesis.

ROACH, Brian. A Primer on Multinational Corporations. (2007). In: CHANDLER Alfred, Jr. and MAZLISH, Bruce (Editors). 2007. Leviathans: multinational corporations and the new global history. New York: Cambridge University Press.

SAMPIERI, R et al. (2007). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill.

SAN MARTIN, Javier. (1999). Teoría de la cultura. Madrid: Síntesis.

SCHEIN, Edgar H. (1988). Organizational culture. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology

SCHOLTE, Jan Aart. (2005). Globalization: a critical introduction. New York : Palgrave Macmillan. 492 p.

SCHVARSTEIN, Leonardo. (2003). La inteligencia social de las organizaciones. Buenos Aires: Paidós.

SCHVARSTEIN, Leonardo. (2001). Psicología social de las organizaciones. Buenos Aires: Paidós.

STIGLITZ, Joseph. (2006). “La corporación Multinacional”. En: Claves de razón práctica. No. 167. Noviembre 2006.

UNCTAD. (1999). UNCTAD Series on issues in international investment agreements. United Nations: New York and Geneva. <http://www.unctad.org/en/docs/psiteiitd11v2.en.pdf>. Retrieved July 14, 2009

Unesco. (2005). “Hacia las sociedades del conocimiento”, *Informe Mundial de la Unesco*. Paris: Unesco.

VILLEGAS, Fabio. (2003). El alma recóndita del pueblo antioqueño. Medellín: Marín-Vieco.

WILKINS, Mira. (2000). Birth of the Multinational: 2000 Years of Ancient Business History From Ashur to Augustus. Review. Journal of Economic Literature, 38(4), 976-978. ABI/INFORM Global database. Retrieved February 18, 2009.

ZULETA, Estanislao. (1970). Tres culturas familiares colombianas. Versión magnetofónica de un Seminario realizado en Cali en 1970. Universidad De Antioquia. Ministerio de Salud Pública. Escuela Nacional De Salud Pública.