



Metáforas y su Manera de Comunicar en la Organización¹

Felipe A. Muñoz²

Resumen

Este ensayo tiene como intención adentrarse sin mayores pretensiones en el papel que juegan las metáforas y su manera de comunicar distintos aspectos dentro de las organizaciones. Entendiendo de esta manera, que las metáforas son uno de los mecanismos o medios por el que la comunicación se efectúa más promisoriamente, llevando y demostrando una amplitud de implicancias que no logran otros recursos comunicacionales.

¹ Los derechos de propiedad del presente documento, son exclusivos del autor y ha sido entregado libremente a disposición de www.paisproactivo.cl

² El autor del presente documento es Administrador Público y Licenciado en Ciencias de la Administración Pública de la Universidad de Santiago de Chile. Actualmente se encuentra realizando estudios de Magíster en Psicología Organizacional en la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Las metáforas como empleo de nuestro lenguaje, se creen existentes desde al menos Aristóteles desde el año 330 antes de Cristo (Leary, 1990). Y según nos explica Barrett y Cooperrider (1990), estas muestran una manera de ver algo como si fuese otra cosa, mediante la transferencia de un significado perteneciente de un objeto a otro, cual puede perfeccionarse y así mejorar esta manera de ver el nuevo objeto.

Así, Las metáforas juegan un rol en el ser humano que va más allá de su comprensión habitual y cotidiana en su uso, puesto que no sólo nos sirven para interpretar y explicar ideas y conceptos, sino que también nos sirven para comprender, adecuarnos y estimular nuestro mundo personal y social. Aún más, las metáforas nos ayudan a razonar y deliberar cada vez que nos planteamos una dificultad o problema (Lakoff y Johnson, 1980) ya sea este cotidiano o no, transformándose en algo netamente palpable y vivencial para nosotros. De esta manera, más que una forma lingüística, las metáforas son una manera *“básica de la experiencia, a través de la cual los seres humanos participan, organizan y entienden su mundo ”*(Morgan, 1983). Por lo que en este entendimiento y organización, son mucho más que un mecanismo personal intencional de nuestro lenguaje para explicar ideas y preceptos, más bien están dentro de nosotros y de nuestra mente de manera natural. Así, Schön (1993) comenta que una tradición clásica de la metáfora, es que esta trata de dar cuenta de nuestros puntos de vista sobre nuestro mundo, nuestra forma de pensar sobre la vida, sobre las cosas, de nuestro sentido de la realidad, estableciendo a su vez, problemas que más tarde trataremos de resolver.

Para ser más partidarios de la importancia de las metáforas, (Lakoff et al, 1980), nos comentan los vínculos entre la metáfora y nuestra forma de pensar, argumentando que

en el sistema conceptual no sólo está implicado el procesamiento metafórico, sino que este se estructura por sí mismo metafóricamente, por tanto, esta sistematicidad en la superficie de la lengua y su uso cotidiano no hace sino reflejar este sistema conceptual metafórico, lo cual abre un mundo completamente distinto de relevancia metafórica en nuestra comunicación.

De manera más simple aún, la observación presente y personal que pretendo manifestar, es que la metáfora, así como otros elementos de carácter cotidianos de la comunicación, cumple una función igual y muy parecida dentro de este proceso de comunicación básico esquemático conocido por todos, en el cual existe un emisor que codifica un mensaje, un canal por el cual se transmite, y un receptor que decodifica este mensaje entregado. Así, este mecanismo (metáfora) transmite e intercambia información, pero con la salvedad de que pertenece a esquemas conceptuales ya existentes o por crear en la invención del ser humano y su mundo social, con el fin de adentrarse en una realidad subjetiva, para de esta manera, ponerse en contacto con ella o valerse de ella misma refiriéndose a otra realidad paralela. De esta manera, el individuo que utiliza este recurso comunicativo metafórico, se sumerge en un trabajo personal no sólo lingüístico (véase Lakoff y Johnson, 1980), puesto que no es parte simplemente del uso de un lenguaje cultural, sino que se transforma en un recurso o una forma de concepción del mundo, de entendimiento de este y de participación en el mismo, tal como el poeta o el músico escribe e interpreta su poema y canción.

En otro aspecto, este recurso comunicativo nos permite construir orientaciones futuras no conocidas, a partir de lo conocido, de lo experiencial, incluso en un sentido no real, ajeno,

comunicado por otros a través de distintos mecanismos comunicativos, inclusive no verbales.

Desde otro punto de vista, la metáfora dentro del proceso de comunicación organizacional, se considera un instrumento de gestión adecuado para la emancipación del pensamiento de los trabajadores, puesto que en esta se encuentra la capacidad de desconstrucción y construcción creativa del individuo (Boje, 2001; Morgan, 1997), lo que me conlleva a proponer personalmente distintas categorizaciones y niveles comunicativos, no sólo desde un punto de vista esquemático planteado como un mapa dentro de una organización, sino más bien como diversos grados de incrustamiento metafórico en cada área o empleado, de acuerdo a características de tipo profesional, demográfico y de tareas rutinarias pertenecientes al cargo desempeñado en particular, modelando y gestionando así el grado e intensidad con la que el comunicador desea que el receptor comprenda, entienda y acepte su mensaje, como una especie de uso metafórico selectivo.

Finalmente, es propicio considerar que en los procesos de comunicación, las metáforas generan cargas emocionales positivas o negativas que experimentan los individuos, debido a que presentan patrones históricos conocidos, rememorando sentimientos y sensaciones. De esta manera, se abre un nuevo campo de intervención metafórico, en la rememoración de acontecimientos emocionales del individuo para el entendimiento de un acontecimiento actual presente, cual, desde un punto de vista personal, es interesante analizarlo en la vida organizacional.

Referencias

Barrett, F. J. and Cooperrider, D. L. (1990), "Generative Metaphor Intervention: A New Approach for Working with Systems Divided by conflict and Caught in Defensive Perception", *The Journal of Applied Behavioral Science* 26(2): 219–39.

Boje, D. (2001), "Narrative Methods for Organizational and Communication Research", Sage, London.

Lakoff, G. and Johnson, M. (1980), "Metaphors We Live", Chicago University Press, Chicago, IL.

Leary, D. E. (1990), "Psyche's muse: the role of metaphor in the history of psychology", in D. E. Leary (ed.) *Metaphors in the History of Psychology*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1–78.

Morgan, G. (1983), "More on Metaphor: Why we Cannot Control Tropes in Administrative Science", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28 No. 4, pp. 601-607.

Morgan, G. (1997), "Images of Organization", Sage, London.

Schön, D. A. (1993), "Generative Metaphor: A Perspective on Problem-Setting in Social Policy", in A. Ortony (ed.) *Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 137–63.