

XIV Congreso Internacional de Análisis Organizacional

Educación Superior y Desarrollo Sustentable

**Hegemonía del Modelo de Dirección con Vínculo Perlocucionario Sobre el
Modelo con Vínculo Ilocucionario en el Discurso Administrativo**

Mesa Temática: Estudios Críticos de la Administración

Modalidad: Temática

Autor: Dr. David Galicia Osuna

Correo Electrónico: davidgaliciao@gmail.com

Institución de Afiliación: Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán. UNAM.

Dirección Completa de la Institución: Carretera Cuautitlán Teoloyucan S/N

Colonia: Xhala, Municipio. Cuautitlán Izcalli, Estado de México

Teléfono: 5518155254

Código: 54765

País: México, Ciudad: Cuautitlán Izcalli.

Guanajuato, Gto.

8 al 11 de noviembre de 2016

Hegemonía del Modelo de Dirección con Vínculo Perlocucionario Sobre el Modelo con Vínculo Ilocucionario en el Discurso Administrativo

*La administración se define ordinariamente
como el arte de “conseguir que se hagan las cosas”
por grupos de personas.
Se da importancia especial a los procesos y a los métodos
encaminados a asegurar una acción expedita.
H. Simon*

*“Nuestro pensamiento no se
guía por la realidad,
sino por nuestras teorías
sobre la realidad”
H. Simon*

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo ubicar los modelos del discurso administrativos – como la administración científica, el fordismo, outsourcing, o un Balance Scorecard, entre otros- básicamente, en el paradigma estratégico, por seguir el modelo perlocucionario (Habermas), al recordar que dicho saber normalmente se caracteriza por ser no democrático inclinado hacia el modelo de dominación, de mando, alejado del modelo ilocucionario que se caracteriza por el diálogo, la argumentación racional y la búsqueda del entendimiento y el consenso. Los modelos del discurso administrativo, como actos del habla (Searle), son básicamente autoritarios, respetando “la razón de empresa” o racionalidad económica (Smith, Hayek, Friedman), lo cual permite constituir el comportamiento administrativo (Simon). Modelo de empresa, que en la aldea global amenaza con implantarse a nivel político: como el Consenso de Washington o las Reformas estructurales.

Palabras clave: Modelo de dirección de empresas perlocucionario e ilocucionario, discurso administrativo.

Introducción

El objetivo de este trabajo es mostrar la **Hegemonía del modelo de dirección con vínculo perlocucionario sobre el modelo con vínculo ilocucionario en el discurso administrativo**. Lo anterior como la mejor forma de cumplir con el imperativo de la razón de empresa, del comportamiento administrativo¹ (Simon, 1979): maximizar beneficios económicos, sin preocuparse por la justicia y derechos laborales. Con ello se pueden ubicar los modelos del discurso administrativos en el paradigma estratégico, no democráticos inclinados hacia el modelo de dominación, de mando, alejado del diálogo, la argumentación racional y del entendimiento, es básicamente autoritario, respetando “*la razón de empresa*”².

¹ El comportamiento administrativo responde a un principio señalado con objetividad por Simon (1979: 38): “... entre varias alternativas que provocan el mismo gasto, debe seleccionarse la que lleva al mejor cumplimiento de los objetivos de la organización, y entre varias alternativas que conducen al mismo cumplimiento –objetivo organizacional- debe seleccionar la que implica el menor gasto”. Dicho comportamiento refiere a las actividades de los individuos en la organización, generadas por procesos de decisión, responde a una selección consciente de determinadas acciones que sirven a un propósito definido. Los procesos de decisión se centran en, **uno**, los directivos, que apoyados en, **dos**, premisas o saber administrativo, se impone éste como modelo perlocucionario, a, **tres**, los subalternos, sólo de esa manera pueden “comportarse racionalmente”. El comportamiento administrativo no es avalorativo, no le preocupa la democracia organizacional (justicia, la libertad), los trabajadores, el bienestar social, ni la sustentabilidad. Por ello tiene que ser perlocucionario, autoritario, el modelo aplicado por el directivo, el ser humano será visto como medio no como fin, como exigía Kant, voluntariamente, difícilmente alguien aceptaría seguir modelos que van en su contra o que los utiliza.

² Por **razón de empresa** refiero a la racionalidad económica: maximizar los beneficios económicos. Concepto familiar a la racionalidad instrumental y estratégica que incluye al supuesto de hombre económico, aún el de hombre administrativo de Simon, con el cual se pretende justificar, como Friedman lo propone, una amplia cantidad de medios para el logro del fin económico. Considerada como el “único” mejor argumento aceptado como dogma de empresa, –o “interés superior”, que justifica romper ataduras morales y axiológicas, que aun permite ver al hombre como medio no como fin, aún justificador, la pérdida de derechos laborales, salarios, contratos, de la explotación o de la esclavitud humana, del crimen, engaño, manipulación, en una supuesta libertad del trabajador-, semejante al concepto peligroso de “razón de estado” de Maquiavelo –el supuesto de que, hay algo como “el interés superior” del Estado, el bien del Estado, que permite el engaño, la manipulación, el crimen, el abandonar las ataduras morales cuando sea requerido, permitiendo la simulación y el engaño-.

Desde la pragmática, podemos hablar de dos modelos racionales de dirección, uno estratégico, donde prevalece (Navarra, 2016) el *modelo con vínculo perlocucionario*³ (Searle, 1994)⁴, caracterizado por imponer, sin consultar, no democrático; el otro por una racionalidad comunicativa, donde prevalece el *modelo con vínculo ilocucionario*⁵, buscando el entendimiento, el diálogo, la comprensión, el consenso. El primero lo podemos colocar en un modelo de racionalidad estratégica, el otro dentro de un modelo de racionalidad democrático, donde prima el mejor argumento. El primero puede tener diversas variaciones, además que con la modernidad cobra una gran importancia en política, pero en particular en la organización que desembocó en empresa privada. El segundo modelo de racionalidad encontró su lugar preferente en el ámbito político, en la empresa, se supeditó al interés económico. Cada vez más en la aldea global, neoconservadora –no solo en las organizaciones-, el modelo con vínculo perlocucionario, se hace dominante.

³ La intuición de estos dos modelos tiene origen en Habermas. Pero en particular nace de la lectura del Capítulo cuatro de una tesis de la Universidad de Navarra, cuyo autor desconozco. Este capítulo se titula “Habermas y la Teoría de la Acción Comunicativa”, página 246, de la frase que dice “Habermas busca demostrar cómo el acto comunicativo se agota en el nivel ilocucionario –que el oyente llegue a entender el contenido “manifiesto” de la propuesta comunicativa-, dejando fuera del mismo los efectos perlocucionarios –intencionalidad teleológica del actor que va “más allá” del acto del habla-”. En ello se remite a el texto de John Austin *Como hacer cosas con palabras*. La página está disponible en: http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/tesis/alustiz/02B-Capitulo_Cuarto.pdf. Última visita 24-agosto-2016. Al texto lo llamo “Navarra 2016”.

⁴ Ver el Capítulo II “Expresiones, significado y actos del habla” de Searle (1994: 26, 27) donde muestra los dos actos el ilocucionario y el perlocucionarios.

⁵ La diferenciación de los enunciados ilocucionarios de los perlocucionarios lo propone Austin. Searle (1994: 45) –véase el capítulo “Significado”- ya relaciona la comprensión, el entendimiento a los actos del habla ilocucionarios y el mover a la acción con un acto del habla, a los actos de habla perlocucionarios. Así, para Searle no es lo mismo un Hola o una promesa a la palabra *Márchate*. Las primeras son ilocucionarias, *márchate* es perlocucionaria, busca mover a la acción, no sólo el entendimiento. No todo acto ilocucionario se traduce en acto perlocucionario. Pero es Habermas (1989: 370) quien profundiza en la separación de los actos del habla ilocucionarios de los perlocucionarios, en su Teoría de la acción comunicativa (TAC). Relaciona la racionalidad estratégica con los actos del habla perlocucionarias, por ello con modelos autoritarios, impositivos, a diferencia de los actos ilocucionarios que buscan el entendimiento, el acuerdo, la argumentación.

En este trabajo se pueden encontrar ocho temas. Uno, con la idea de generar poco a poco un modelo democrático para las organizaciones empresariales privadas, y señalar que en estas los saberes administrativos se aplican normalmente de forma autoritaria, al privilegiar el modelo con vínculo perlocucionario, sobre el modelo con vínculo ilocucionario, respetando “la razón de empresa” o **racionalidad económica**, como gran justificadora de aplicación de este modelo arbitrario. En este sentido la aplicación del saber administrativo, como medio, queda dentro de la racionalidad económica. Dos, se hace referencia al **lenguaje** ya que los enunciados que hacen al modelo perlocucionario se ubican en el lenguaje, en particular en la pragmática. Tres, de la misma manera, dicho modelo perlocucionario se ubica dentro de la **racionalidad estratégica**, modelo de relación no del sujeto con la naturaleza, sino la relación de un sujeto con otro, de forma no democrática, alejado del consenso, sesgado hacia la imposición conceptual, a la dominación. Cuatro, respecto a los **actos del habla**, se mencionan porque en particular el modelo perlocucionario se puede ubicar en los actos del habla, donde se ven las palabras y los enunciados como causas de acción humana, como lo son los conceptos y “teorías” administrativos. Cinco y seis, desde luego, se muestran los dos modelos, el de vínculo **ilocucionario**, democrático, que busca el consenso del Otro, y el **perlocucionario**, el autoritario, que impone el concepto de forma estratégica, de acuerdo a la razón e empresa, que “lo justifica todo”. Siete, también se habla de que en buena medida el **discurso administrativo**, sus teorías, que pueden ubicarse en el modelo con vínculo perlocucionario. Finalmente, ocho, se habla en el trabajo del

comportamiento administrativo, el cual es intencional, está dirigido a metas, que está compuesto del directivo o gerente que impone el concepto –como un cuadro de mando integral- y los operarios que tendrán que aceptar verse movidos por el concepto administrativo, sin poder decir no –si desean seguir en la empresa- sin su aceptación racional, y tendrán que mover su acción de acuerdo a dicho modelo.

La Organización y la Racionalidad Económica

La racionalidad económica, o *razón de empresa*, refiere a la toma de decisiones orientada por la búsqueda de obtener el máximo beneficio –económico- o la satisfacción de sus preferencias. Se puede entender como un método de elección entre diferentes alternativas, en la búsqueda de maximizar sus beneficios, especialmente económicos. Es una racionalidad de medios y fines, donde se elige el mejor medio para alcanzar el fin, maximizar los beneficios. Así, somos racionales cuando elegimos los mejores medios en función de fines, de maximizar los beneficios.

Racionalidad económica es familiar al concepto de hombre económico, que ya John Stuart Mill caracterizaba como aquel hombre que desea poseer riqueza, y que busca los mejores medios para obtener ese fin. Es el hombre que busca obtener la mayor cantidad de cosas necesarias, comodidades, lujo, con una menor cantidad de trabajo y abnegación física. El hombre económico es aquel que busca su propio interés, como lo señala Adam Smith. Es un hombre que es egoísta, codicioso –el egoísmo y la codicia entendidos como virtudes-.

Las organizaciones que se mueven por la racionalidad económica, a la fecha, parece que sólo pueden funcionar con el modelo moderno de racionalidad, caracterizado por tres requerimientos: arbitrariedad o libertad, autointerés o egoísmo y racionalidad estratégica o calculadora, avalorativa. Así, los directivos de las organizaciones privadas, en la búsqueda de una racionalidad económica, desde un egoísmo profundo, haciendo uso de su libertad, emplean su racionalidad calculadora avalorativa, deciden considerar, las teorías administrativas, como medios, como enunciados performativos, en particular los perlocucionarios sobre los ilocucionarios, para el mejor logro del lucro, ganancia, el crecimiento, la sobrevivencia en el mercado, avalorativamente. Imponiendo conceptos administrativos que afectan a los trabajadores y que estos no aceptarían si se consensaran. Por ello la empresa privada parece requerir de un estado desigual, injusto, con sesgo dictatorial, para existir. Un buen grupo de saberes administrativos⁶, como medios, se caracterizan por pertenecer al lenguaje performativo con inclinación al lenguaje perlocucionario: mandatos, órdenes, modelos administrativos impuestos sin considerar al afectado, sin diálogo o acuerdo. Ellos satisfacen la razón de empresa o racionalidad económica u hombre económico y administrativo, sin considerar a los trabajadores, sin buscar su consenso.

⁶ Teoría de la administración “científica” de Taylor, producción en serie del fordismo, outsourcing, Reingeniería de Hammer, Balanced Scorecard de Kaplan y Norton, Modelo Diamante de Porter. Regularmente estas y otras “teorías” y conceptos las implementa un directivo a las organizaciones privadas, como modelos performativos.

Lenguaje

El ser humano es un animal eminentemente social y comunicativo. La sociabilidad y la comunicación se logran gracias al lenguaje, a las palabras, a los enunciados⁷. Las palabras y los enunciados como cadenas de significantes son creaciones humanas. Las palabras y los enunciados del lenguaje humano no sólo se ubican en el ámbito de la cientificidad con sus conceptos, enunciados, estructuras categoriales, que permiten la demostración empírica. Los encontramos en el mundo de la vida y en áreas del saber no demostrativo con la forma de enunciados realizativos, performativos (Austin 1953), especialmente ilocucionarios y perlocucionarios; en narraciones, promesas, amenazas, en normas, valores, utopías, sueños, teorías estratégicas, conceptos, estructuras categoriales, metas, proyectos, identidades, en hábitos, en argumentos. En el mundo de la vida se da una relación intersubjetiva, donde construimos el mundo de forma racional, argumentando, dando y pidiendo argumentos, razones. Validando modelos de mundo, sociales y de ser humano, criticando, persuadiendo, formando. Pero también el mundo social se forma con lenguaje, en particular con enunciados perlocucionarios: ordenes, modelos que se imponen de empresa, de hombre, de mujer, social. Con el modelo conservador liberal se vuelve a este modelo perlocucionario, a los enunciados autoritarios, de imposición del modelo deseable de las grandes empresas y centros financieros (FMI y BM), como el consenso de

⁷ Heidegger nos hablaba en *Ser y Tiempo* de la experiencia mundana compuesta de tres ámbitos: con el mundo circundante, con los otros y con uno mismo. De estos se privilegia el **ser con** los otros, que es origen de las otras dos relaciones: con el mundo y con uno mismo, gracias al lenguaje y gracias a la comunicación. El ser con diálogo es fundamental en la construcción de nuestra interpretación originaria. Gadamer resalta el **ser-unos-con-otros**, donde se da la comunicación, gracias al lenguaje.

Washington, como las reformas estructurales, en México. Las “teorías” administrativas normalmente siguen el modelo perlocucionario.

Racionalidad Estratégica

La racionalidad estratégica se caracteriza por no ser democrática, justificada por la razón de empresa⁸, está normalmente en las empresas privadas, especialmente -como en la Aldea Global-, se construye con enunciados performativos, básicamente. A diferencia de la racionalidad instrumental –que apunta a la interacción humana con la naturaleza y la tecnología-, refiere a un modelo de interacción humana, alejado de la intersubjetividad, el diálogo, el consenso, de la racionalidad discursiva. Pese a que se llega a confundir con una relación sujeto objeto, y así lo llegan a pensar los tecnócratas y los de la ingeniería social, la relación siempre será de un sujeto con un co-sujeto –pero este, en este caso, sin posibilidades de réplica, de propuesta, de argumentación-, sin cumplir la exigencia kantiana, al verlo como medio, no como fin; alejados de la exigencia de Habermas, al no verlo como un sujeto capaz de diálogo, comunicación, acuerdo, propuesta, racional. Mantiene una relación unidireccional, con mandatos⁹, órdenes, imposiciones, experimentaciones conceptuales –como la tayloriana, la de Mayo, la fordista, la toyotista-, sin tomar en cuenta su aceptación, sin mayor argumentación que el argumento *ad baculum*. La racionalidad estratégica puede

⁸ La razón de la empresa está dada por la racionalidad económica, por maximizar los beneficios, el lucro. Guiada por el hombre económico. Ambos conceptos desarrollados por la escuela escocesa, la escuela austriaca y la escuela de Chicago.

⁹ Los mandatos de un directivo a un trabajador cobrarán cada vez forma más complejas, como la teoría de tiempos y movimientos, como el modelo de calidad de Deming, como una teoría motivacional, como una misión, visión, objetivos, metas, normas, políticas, estrategias, como el modelo de Porter, un modelo burocrático, o el modelo de las 5 S, o el modelo Toyota.

verse por momentos copiando a una racionalidad monológica, que no toma mucho en cuenta al Otro, al co-sujeto. Por ello se llega a confundir con la racionalidad científico tecnológica, como una relación sujeto objeto. Esta idea de relación fue propuesta por los modernos como Descartes y aun Kant. La racionalidad estratégica refiere a una interacción basada en la comunicación unidimensional: un hablante que emite el mandato y uno que debe escuchar y acatar el concepto o creencia y guiar su acción de acuerdo a dicha propuesta. Es un fenómeno que se da en el lenguaje, en el modelo de comunicación estratégico. Esta relación señala una relación básicamente no intersubjetiva donde se hacen llegar significados, verdades válidas no intersubjetivas (Apel, 1985: 8).

Esta racionalidad alimentada por las ideas de Maquiavelo, es valorativamente neutra. Persigue dos fines prioritarios: maximizar el poder y maximizar los beneficios –en este punto se familiariza con la racionalidad económica de la escuela escocesa, de la escuela austriaca y de la escuela de Chicago-. Se mantienen neutrales valorativamente de acerca de cuál puede ser el propósito de la vida humana, sin considerar la justicia, la bondad. No hay una preocupación por una vida buena y el beneficio social. Estas podrían distraer para lograr la maximización del poder y del provecho.

De acuerdo con Hobbes, Rawls, Hayek, Friedman, el interés propio, caracteriza a esta racionalidad estratégica. Es fundamentalmente egoísta, esta racionalidad está al servicio del autointerés o egoísmo. Es una racionalidad calculadora avalorativa al servicio de sí mismo. Racionalidad maximizadora al servicio del lucro, no preocupada por la solidaridad, el altruismo, consideradas

estas como enfermedades, resabios de una sociedad del pasado por superar. Los hombres que han progresado se caracterizan por moverse por una racionalidad estratégica, por una racionalidad económica, por un egoísmo profundo, la codicia, el lucro, vistos como virtudes.

Parte del supuesto iluso de que, la racionalidad moderna, estratégica, valorativamente neutral, al servicio del autointerés bien entendido es apta para resolver los problemas político, éticos, económicos, sociales, para los poseedores del capital.

La racionalidad estratégica es una racionalidad calculadora, que exige la libertad, permitida por el derecho, libertad permitida al mercado y a la empresa. Ello exige una visión desde el autointerés humano, egoísmo, y un ambiente de libertad, en particular para la empresa (Apel, 1985, 9).

La racionalidad estratégica, en la búsqueda de maximizar el provecho, se vuelve no dialógica, sino monológica, no considera la opinión de los afectados, al ser aplicada esta racionalidad. Se vuelve a una relación “sujeto-objeto”, pese a que lo que ven como objeto de aplicación de su “conocimiento” sea otro sujeto, otro humano. No ven una relación sujeto co-sujeto. La interacción comunicativa no es intersubjetiva, se aplica el modelo de mando, se aplica la teoría administrativa, se aplica la norma, la política, la misión, el perfil de puesto, el modelo departamental, se asignan funciones, se propone un sistema de objetivos –pese a lo que señala Peter Drucker con APO-, se aplica la teoría motivacional, la teoría de liderazgo, la estrategia, la teoría administrativa. El afectado no tiene algo o nada

que ver en esta aplicación del concepto administrativo. Se les inventa alguna naturaleza justificadora –teoría X- y se les aplica el concepto “pertinente”.

En este sentido la racionalidad estratégica se parece a la racionalidad instrumental, a la racionalidad científico tecnológica: se aplica el conocimiento de parte de un investigador a la naturaleza, la naturaleza caracterizada por “no hablar”, sin capacidad de diálogo, como el caso de una célula, de las plantas, de los otros animales, de los artefactos. Ello destaca en particular en las organizaciones económicas, en la relación directivo-dirigidos. El discurso administrativo habitual va encaminado a los directivos de empresa¹⁰ al CEO, como conjunto de enunciados perlocucionarios, no ilocucionarios, pues no buscarán el acuerdo, el consenso, el diálogo, la argumentación, la validez racional, más bien la imposición del concepto, prescribiendo cierta acción, como el caso extremo de outsourcing o downsizing .

En el extremo, se establece una relación amigos-enemigos, donde se ve como malo al dirigido. Modelo que adelanta, al inicio de la modernidad, Maquiavelo. Este modelo es justificado por Maquiavelo al caracterizar al dirigido como malo por naturaleza, en administración, el hombre como flojo por naturaleza. En el discurso administrativo, el modelo perlocucionario, lo podemos encontrar en Taylor, en Fayol, en Gilbreth, esta propuesta, en la “teoría Y”; en Simon, que ve a los trabajadores como la parte irracional; en la aplicación del modelo de outsourcing, en la aplicación de Balanced ScoreCard o cuadro de mando integral.

¹⁰ Ver el concepto de Simon (1979: 38) de comportamiento administrativo.

Con el dominio del discurso neoliberal o neoconservadorista, en la Aldea Global, vuelven aparecer estos tres conceptos: uno, se da una relación sujeto-objeto, con imposición del concepto al Otro que es visto como "objeto"; dos, se pierde la posibilidad de diálogo; y tres se vuelve a la relación amigo-enemigo. Con la hegemonía del mercado, por la acumulación capitalista en pocas manos, la posibilidad de democratizar las organizaciones sociales se va perdiendo. Se da el imperio de la racionalidad estratégica, el predominio de una moral de lucro, del afán desmedido por la acumulación, alejándonos del desarrollo igualitario, del desarrollo integral, búsqueda de una sociedad menos desigual y más armoniosa, con pérdida de valores como la solidaridad, el altruismo, diálogo. Se incrementará un afán desmedido por la ganancia. Se crean sociedades fincadas en el afán de lucro.

En la aldea global se va conformando algo parecido a un imperio empresarial y financiero, con capacidad de influir en los Estados, en los gobiernos, en las cosmovisiones, en la imagen del mundo, social y subjetiva. Grupos empresariales que van tomando el control social, como un nuevo sistema, patología social, un nuevo virus para el mundo, que afecta el mundo de la vida. Grupos empresariales no preocupados por la democracia, por la vida, la bondad, la felicidad, la justicia, la libertad, sino aun con la apuesta a gobiernos que sigan el modelo perlocucionario, dictatoriales que sometan a los pueblos, en última instancia. La sospecha del caso de Brasil nos abre tal posibilidad. En general, el discurso administrativo se ubica dentro de la racionalidad estratégica, no es democrático. Se impone por parte de los directivos.

Los Actos del Habla

Los actos del habla, que sólo funcionan en el ámbito humano -en la naturaleza no- refieren a los enunciados performativos, realizativos: fenómenos físicos, químicos, biológicos, no pueden ser persuadidos a cambiar “su hostilidad” o manera de ser, ni por la mejor retórica o argumento, como la de Cicerón o por amenaza-. Según Austin, estos actos, pueden ser de tres tipos: el acto locucionario (y dentro de él los actos fonéticos, “fáticos” y “réticos”) que posee *significado*; el acto ilocucionario, que posee una cierta *fuerza* al decir algo; y el acto perlocucionario, que consiste en *lograr* ciertos *efectos* por (el hecho de) decir algo. Estos dos últimos refieren a dos modelos de comunicación, el ilocucionario, acto que busca el entendimiento entre dos o más personas, argumentado racionalmente, en una comunidad de habla; el perlocucionario que es un acto que busca provocar una acción en el oyente, independientemente de su acuerdo, aceptación. Ello nos puede llevar a hablar de dos modelos de vínculo entre el hablante y el oyente: modelo de vínculo ilocucionario y modelo de vínculo perlocucionario.

Los actos del habla pueden ser de muy diversa índole: desde meras palabras –ofensas alabanzas-, a enunciados –como normas, objetivos, consejos- o conjunto de enunciados, como discursos aún teóricos; concepciones de la realidad, concepciones de cómo relacionarnos, concepciones de uno mismo. Concepciones del mundo, de la sociedad y de identidades. Pueden ser aceptadas o rechazadas, pueden obtener nuestra aceptación racional, “informada,” o no. Concepciones que también pueden ser impuestas, ser manipulados,

condicionados. Desde luego hay una lucha de concepciones, de tradiciones, cada una buscando persuadir o imponerse a las diversas subjetividades, organizaciones o sociedad. Cada concepción está hecha de lenguaje, de palabras, gracias a ello se comunican. No existen, están hechas de palabras. La narrativa de Darwin o el Génesis, de Ptolomeo o Copérnico, de Marx o Adam Smith, no existen, son inventos humanos. Son palabras. Ninguna narración la podemos ver por la calle. Se comunica, y también tiene carácter performativo, mueven a la acción de forma contingente, sin posibilidades de predicción. Las concepciones pueden ser vistas como actos de habla, como enunciados performativos que tienen que ver con nuestras creencias y acciones. Nosotros no las creamos, no son comunicadas desde alguna tradición.

En las organizaciones, en las empresas, dichos actos de habla toman diversas formas: como teorías administrativas, como modelos administrativos, como una misión, como una norma, como un objetivo, el cual no es voluntario para el trabajador, son actos del habla que tendrá que aceptar. Actos del habla como el modelo taylorista, fordista o toyotista, que tiene un doble destino, primero como “consejo” para el directivo y segundo, para ser aplicado por parte del directivo al trabajador, que tendrá que acatarlo, lográndose construir el **comportamiento administrativo**. En este sentido, son actos del habla que siguen, más que buscando un vínculo ilocucionario, un modelo con vínculo perlocucionario, mover a la acción. Así, de los actos del habla destaco dos modelos, el de vínculo ilocucionario el de vínculo perlocucionario y. Veamos.

Modelo con Vínculo Ilocucionario

El modelo con vínculo ilocucionario es aquel acto comunicativo, que indaga por cierto tipo de palabras, de enunciados, de discursos, con los que busca el entendimiento, el convencimiento racional, por argumentos racionales, busca persuadir, potencializando la aceptación por parte del oyente de la oferta comunicativa por parte del hablante, que se materializa en un acuerdo establecido en torno del contenido de la emisión. Aquí el oyente entiende la emisión, la capta y racionalmente, la acepta, después de un diálogo, argumentación, acuerdo. El acto ilocucionario está mediado por el lenguaje, refiriendo a ciertos tipos de enunciados que cobran diversas formas (Habermas, 1989). Primero, la emisión no se impone, se acepta racionalmente, se caracteriza por llegar a un acuerdo respecto al contenido de una emisión, donde *el oyente entiende la emisión*, capta su significado, está de acuerdo, acepta el argumento que la sustenta, o no. Segundo, se da garantías donde el oyente *toma postura con un sí o un no* antes las pretensiones de validez del acto del habla, acepta o rechaza el acto comunicativo, se aceptan o no los argumentos. Tercero, *el oyente acepta las obligaciones* que entraña la aceptación de la emisión, de tal forma que orientará sus acciones futuras, consistentes con la emisión, conforme a las obligaciones de acción convencionalmente establecidas. Así, el oyente tiene la posibilidad de aceptar o rechazar la emisión del oyente. En el modelo de vínculo ilocucionario, la segunda, podría ser la más importante: el oyente puede aceptar o no el acto de habla. El discurso administrativo no se puede ubicar, normalmente, en el cajón conceptual del modelo con vínculo ilocucionario.

Modelo de Vínculo Perlocucionario

Como se dijo, el acto perlocucionario refiere a una relación de comunicación donde priva un vínculo –parecido al de un sujeto respecto a un objeto, no sujeto-cosujeto- que no busca el entendimiento o el acuerdo, sino la obediencia perfecta al mandato dado por el dominador o directivo. Para el logro del *comportamiento administrativo*: un sujeto –directivo- emite su mandato y el oyente debe acatarlo u obedecer aun en contra de su voluntad y realizar la acción exigida. Para ello utiliza diversas estrategias enunciativas: amenazas, órdenes, manipulación, imperativos, teorías “científicas”. Estos pueden cobrar formas desde muy burdas hasta muy complejas como una “teoría científica” –que sustituye el mandato divino o del rey-, en nuestro caso administrativa u organizacional. Este tipo de vínculo solo puede funcionar en el ámbito humano. Respecto a la naturaleza, no podemos darle un orden a un huracán, a un temblor de tierra o aun tornado para que deje de provocar daños a una población. A un código genético no podemos proponerle un orden moral, persuadirlo con argumentos. El lenguaje realizativo (Austin, 1955), en este sentido, sólo puede funcionar entre los humanos.

En el modelo de vínculo perlocucionario, el acuerdo o aceptación del oyente, respecto de una emisión del directivo, es secundaria. **Primero**¹¹, la oferta comunicativa, del hablante –director de empresa- *no es relevante que la entienda*, que capte su significado o no, sino que la acepte; no habrá un esfuerzo

¹¹ Como señalé, estos puntos los extraigo de una tesis de la Universidad de Navarra, de una página que encontré en internet. Es el capítulo cuatro de la tesis “Habermas y la teoría de la acción comunicativa”. El autor no lo pude encontrar. Estos tres puntos los extraigo de la p. 247. La página es la siguiente: http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/tesis/alustiz/02B-Capitulo_Cuarto.pdf.

argumentativo, dialógico, que busque la persuasión racional, es importante que la obedezca. **Segundo**, *el oyente no tendrá la posibilidad de decir si o no*, de acuerdo a sus intereses, no puede tomar una postura con un sí o un no, no tiene la posibilidad de aceptarla o no. La pretensión de “validez” será obligada ante la emisión del acto del habla. El oyente no puede rechazar o aceptar la oferta comunicativa, simplemente tiene que acatarla. Las obligaciones posteriores relevantes de la aceptación de la emisión, que tendrá que asumir el oyente, están fuera de su voluntad. Tendrá que aceptar las obligaciones consistentes con la emisión. **Tercero**, *las obligaciones para el oyente*, dadas por el directivo, acordes a la emisión o acto del habla, deberán darse sin posibilidad de negarse, *determinando su acción*.

Las tres características del modelo de vínculo perlocucionario son importantes, pero la segunda característica es, quizá, la más relevante: el oyente no puede aceptar o rechazar el acto del habla performativo, simplemente debe acatarla.

Este modelo se puede encontrar paradigmáticamente en sistemas, donde la libertad del trabajador no se da: sistemas esclavistas –el amo lo pide-, en las monarquías absolutas –el rey lo manda-, en el discurso teológico –Dios lo dijo-, en las organizaciones privadas, en las empresas –el directivo lo dice-. En ésta –en la modernidad-, la libertad del trabajador se vuelve cada vez más una apariencia, en nombre de la razón de empresa o racionalidad económica. El discurso administrativo se puede ubicar normalmente en el cajón del modelo de vínculo perlocucionario.

Discurso Administrativo como Acto de Habla Perlocucionario

En el discurso administrativo un buen número de sus “teorías” -con sus modelos- las podemos ubicar en el modelo de vínculo perlocucionario, son enunciados que pretenden mover a la acción, no buscan que los entiendan, no permiten, normalmente establecer un diálogo con los dominados, no se busca su acuerdo, se aplican en una relación instrumental, mejor, estratégica; tampoco el dominado puede decir no o sí, tiene que acatarla; y tendrá que procurar comportarse como señala el concepto, el enunciado o conjunto de enunciados . Me permito enumerar algunas de ellas que tienen las mismas características: son teorías (como conjunto de enunciados ordenados –como conjunto de definiciones conceptuales y estructuras categoriales de percepción y acción- básicamente realizativos, performativos, ahora perlocucionarios) que fueron creadas, por un teórico, para que el directivo la aplique a las organizaciones, en particular a los trabajadores, de acuerdo a *la razón de empresa* –racionalidad económica-, con tres características, donde la libertad constitucional, la libertad propuesta por Berlín, la democracia se pierde:

1. **Primero** (Navarra, 2016: 247)¹²: sin considerar establecer un diálogo con los afectados del modelo administrativo, **sin buscar su entendimiento, su acuerdo, se implanta** en la organización. No es necesaria la argumentación persuasiva, más bien se puede dar la amenaza, la imposición.
2. **Segundo: el trabajador no puede decir no**, al entrar a la empresa deberá acatar todas las emisiones, desde la estructura organizacional, perfiles de

¹² Los tres puntos los parafraseo del texto que llamo “Navarra 2016” página 247. Ver referencia.

puesto, como la misión, los objetivos, las normas, y el modelo administrativo vigente o el que imponga la dirección.

3. Tercero: deberá acatar las obligaciones y comportamiento esperados, acordes a las emisiones del directivo. Deberá actuar siguiendo las acciones propuestas por el modelo administrativo impuesto en la organización. No es democrático.

El modelo deseable de discurso administrativo debiera ser: a) todo modelo o concepto administrativo debe de considerar de alguna manera a los afectados, mediante diálogo, buscar su entendimiento, su acuerdo, no implantarse en la organización, ajena a la voluntad de los afectados; b) el trabajador puede decir no al modelo administrativo, y darse a la búsqueda de modelos más acordes a los intereses de los trabajadores y a la empresa; y c) las obligaciones que acate el trabajador estarán de acuerdo al modelo aceptado por él, de forma racional, informada, voluntariamente, después de un proceso de diálogo y consenso donde prime el mejor argumento, no sólo la racionalidad económica.

Así, las emisiones administrativas, vistas como “teorías administrativas” tendrán un carácter pragmático, mover a la acción. Son verdaderos actos del habla, enunciados performativos, por lo que no pueden verse como teorías descriptivas con las que se puedan hacer explicaciones y predicciones habituales, semejantes a las de las ciencias de la naturaleza. Ninguna teoría de las ciencias naturales tendrá un carácter retórico, argumentativo, respecto al comportamiento de los objetos físicos, químicos o biológicos.

Montaño sugiere que son tres los elementos de la administración: la gran empresa, el conocimiento especializado, la administración, y un grupo de actores centrales, los administradores o directivos de empresa. Pero me parece que el esquema quedaría mejor si sumamos al teórico creador del discurso administrativo, del saber administrativo.

Cuando digo **la gran empresa** refiero a empresa privadas como Sigma, Mexichem, Alsea, Cemex, Kuo, Grupo México, América Móvil, entre otras. El **conocimiento especializado** refiere al conjunto de teorías y conceptos del discurso administrativo, que se aplican como modelos perlocucionarios, (Koontz, 2012) ejemplificado en modelos teóricos como: Taylor (modelo científico), Henry Fayol (Modelo clásico), Max Weber (modelo burocrático), Elton Mayo (modelo de factores sociales), o March, Peter Drucker (dirección de empresas), Herbert Simon (hombre administrativo), William Ouchi (Teoría Z), Chester Bernard, Henry Mintzberg (los papeles administrativos); William Deming, Joseph Jurán y Crosby (elevación de la calidad), Michael Hammer (Reingeniería), Senge (La quinta disciplina), McKinsey (las 7-S), Michael Porter (la estrategia corporativa). **Directivos de empresas** tenemos al gerente de empresa, al CEO (Chief Executive Officer) o directivos de empresa. Ejemplos de ellos tenemos a: Jack Welch, de General Electric; Steve Jobs, de Apple; Bill Gates, de Microsoft; Jeff Bezos, de Amazon; Yun Jong, de Samsung; John Chambers, de Cisco. **Teóricos de la administración** tenemos a los creadores de los modelos antes señalados, a sus autores.

Se puede decir que fue Maquiavelo, como se señaló, el que inaugura al inicio de la modernidad con la racionalidad estratégica que tiene como objetivo maximizar el poder, y con Adam Smith, maximizar el beneficio. Este modelo maximizador se caracteriza por ser racional, calculador y avalorativo. Maquiavelo ya proponía no considerar lo que debe ser. Proponiendo la construcción de organizaciones políticas y empresariales no democráticas.

De la misma manera que Maquiavelo escribe para un príncipe, diferentes teóricos de la administración escriben para los directivos de empresa, en un modelo perlocucionario, normalmente, no democrático, para implementarse sin el requerimiento de buscar el consenso de los trabajadores, a veces se implantan como experimentos (Taylor, Elton Mayo). Como ejemplos tenemos las teorías administrativas antes mencionadas. Siguen un modelo estratégico, unilateral, en el que se cumplen las tres características antes señaladas de los enunciados perlocucionarios. Tal es el caso de los criticados cuatro principios¹³ de la teoría administrativa (Simon, 1979) que presenta Gulick y Urwick (2003) en su texto *The Elements of Administrations*: especialización, unidad de mando, alcance de control, agrupamiento de los trabajadores por finalidad, proceso, clientela y lugar. Estos principios se centran en el administrador, como director de la organización, aún en el juego centralización y descentralización del poder. El comportamiento administrativo tiene como fundamental objetivo la maximización. El encargado de ello es el hombre administrativo, el directivo, el gerente, el administrador, los trabajadores serán los medios. Un principio lo guía (Simon, 1979: 38), entre varias

¹³ Simon es uno de los que realiza una fuerte crítica a los básicos principios de la “teoría” administrativa, llamada clásica.

alternativas debe elegir la que mejor da cumplimiento a los objetivos y entre varias alternativas debe elegir la que implica menor gasto. Es decir, no hay preocupación por la justicia, la libertad. Con esos principios se construyen las empresas.

Comportamiento Administrativo

En el fenómeno conocido por comportamiento administrativo señalado por Simon (1979) es donde se da una relación basada más que en enunciados ilocucionarios, que en enunciados perlocucionarios. Ellos se ubican en el discurso administrativo, en lo que llaman teorías, en los modelos administrativos, en sus conceptos. Estos son utilizados por los directivos para ser aplicados a los operarios sin consultarlos, sin consensarlos, sin que puedan decir sí o no, para lograr una acción intencional, una manifestación colectiva, para el logro de un fin organizacional, un propósito definido, mandato dado por el directivo o gerente.

El comportamiento administrativo (Simon,1979) se puede entender como la manifestación colectiva de un grupo de individuos que responde a un mismo estímulo dentro de una organización. Dicho comportamiento es elegido conscientemente para el logro de un propósito definido. Este comportamiento es intencionado, está orientado a metas a objetivos, para conseguir que se hagan las cosas, por un grupo de personas. Es la confluencia relativamente ordenada de actitudes y acciones relativas a la realización de procedimientos administrativos con un propósito definido.

El comportamiento administrativo tiene al menos tres elementos que se ubican dentro del concepto de dominación weberiano: el directivo o dominante, el

subalterno o dirigido y el mandato o medio para la dirección. El mandato está hecho de lenguaje, y puede ser desde una palabra, como una amenaza, a enunciados, como normas objetivos, una misión, hasta un conjunto de enunciados como una “teoría” administrativa o un modelo administrativo. Todos estos pretenden mover a la acción. En este sentido si bien encontramos enunciados descriptivos constatativos, la parte importante está hecha de enunciados performativos; ilocucionarios y en este caso, perlocucionarios. Estos son el medio de dominación del directivo, y es el mecanismo para someter, dirigir al dominado. Ello posibilita el comportamiento administrativo. Frente a los mandatos que constituyen el comportamiento administrativo, el subalterno en los modelos burocrático weberiano, un tayloriano, un outsourcing, o un balance scorcard, un modelo diamante de Porter, una reingeniería, una planeación estratégica y muchos más. El dirigido no puede dialogar llegar a un acuerdo, no puede decir que no al mandato y tiene que determinar su acción de acuerdo al mandato.

Cuando los mandatos tienen al menos estas tres características se pueden ubicar en el campo de los enunciados perlocucionarios. En ese sentido, los operarios en particular, se alejan de un modelo democrático, donde se ven afectados; lejos de los conceptos básicos de una democracia: la libertad y la justicia, dentro de las empresas privadas en particular. En este sentido el comportamiento administrativo no sigue un modelo democrático, más bien autoritario, en particular por buscar un fin, el señalado por la racionalidad económica, la propuesta de hombre económico conservadora o atenuada, como la

propuesta de Simon, y al utilizar como medio el modelo de enunciados perlocucionarios.

Conclusiones

El objetivo de este trabajo era ubicar los modelos del discurso administrativos en el paradigma estratégico, como en el modelo con vínculo perlocucionario, al mostrar que dicho saber se caracteriza por ser no democráticos inclinados hacia el modelo de dominación, de mando, alejado del diálogo, del consenso, la argumentación racional y del entendimiento, es básicamente autoritario, respetando “la razón de empresa” o racionalidad económica.

Desde la pragmática, podemos hablar de dos modelos racionales de dirección, uno estratégico, donde prevalece el *modelo con vínculo perlocucionario*, donde se impone el concepto, modelo administrativo, de parte de un gerente o directivo a los operarios; no es democrático; el otro por una racionalidad comunicativa, donde prevalece el *modelo con vínculo ilocucionario*, buscando el diálogo, la comprensión, el consenso, en la aplicación de un concepto, teoría, modelo administrativo. El primero lo podemos ubicar en un modelo de racionalidad estratégica, el otro dentro de un modelo de racionalidad democrático, donde priva el mejor argumento. El primero puede tener diversas variaciones, además que con la modernidad cobra una gran importancia en política, pero en particular en la organización que desembocó en empresa privada. El segundo modelo de racionalidad encontró su lugar preferente en el ámbito político, en la empresa, se supeditó al interés económico.

La racionalidad económica, o *razón de empresa*, refiere a la toma de decisiones orientada por la búsqueda de obtener el máximo beneficio o la satisfacción de sus preferencias. Se puede entender como un método de elección entre diferentes alternativas, en la búsqueda de maximizar sus beneficios, especialmente económicos. La razón de empresa es la gran justificante de decidir la aplicación del modelo perlocucionario, autoritario, ya que el modelo ilocucionario de consenso, puede poner en riesgo el maximizar el beneficio económico de la empresa. Hay conceptos administrativos, avalorativos, que permiten maximizar el beneficio y que por afectar los intereses de los trabajadores, éstos no lo aceptarían. Pues la racionalidad económica o “razón de empresa”, el hombre económico y el hombre administrativo tienen el principio o imperativo hipotético, en términos kantianos, que dice: entre varias alternativas que permitan obtener el objetivo económico, debe elegirse la que implique menor gasto.

Referencias

- Apel, Karl-Otto (1985). “Ética normativa y racionalidad estratégica: el problema filosófico de una ética política”. *Revista de Filosofía y Teoría Política*. No. 25. Universidad Nacional de la Plata. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.1259/pr.1259.pdf
- Austin, John (1955). *Cómo hacer cosas con palabras*. Disponible en: http://revistaliterariakatharsis.org/Como_hacer_cosas_con_palabras.pdf. 09-julio.2016.

Navarra (2016). "Habermas y la Teoría de la Acción Comunicativa". Capítulo cuatro de una tesis de la Universidad de Navarra, cuyo autor desconozco. La página está disponible en: http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/tesis/alustiz/02B-Capitulo_Cuarto.pdf, pp. 219- 293. Última visita 24-agosto-2016.

Friedman, Milton (2016). Capitalismo y libertad. Disponible en <https://scholar.google.com.mx/scholar?hl=es&q=capitalidmo+y+libergad&btnG=&lr=http://archipielagolibertad.org/upload/files2/001%20Liberalismo/1.2%20Obras%20clasicas%20de%20la%20libertad/Friedman/0001%20Friedman%20-%20Capitalismo%20y%20libertad.pdf>

Gadamer, Hans-Geor (2000). *Verdad y método*. Madrid. Sígueme.

Gulick Latber y Urwick (2003). *THE EARLY SOCIOLOGY OF MANAGEMENT AND ORGANIZAIONAN*. Editorial Kennneth Thompson. ROTLEDGE. LONDON AND NEWYORK. 1937 original.

https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=RWTinVotGLsC&oi=fnd&pg=PR3&dq=Gulick+and+Urwick+The+Elements+of+Administrations&ots=2eOmHR298a&sig=tkxAceVgcHe1OYD_g3nJdOBVdng#v=onepage&q=Gulick%20and%20Urwick%20The%20Elements%20of%20Administrations&f=false.

Habermas, Jurgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos*. Madrid. Cátedra.

Koontz, H. Wehrich, H. y Canice, M. (2012). *Administración. Una perspectiva global y empresarial* (14ª edición. México: McGrawHill.

Searle, John (1994). *Actos de Habla*. Ensayo de Filosofía del Lenguaje. Buenos Aires. Ediciones Cátedra.

Simon, Herbert (1979). *El comportamiento administrativo*. Segunda edición. Buenos Aires. Aguilar.