

LOS INDICADORES LINGÜÍSTICOS:

Un factor para medir capital intelectual en las organizaciones

Resumen: El artículo plantea las formas de interactuar con el lenguaje en la organización; por concebir al lenguaje como un sistema recursivo simbólico que presenta las unidades conceptuales de los miembros de una empresa. Los avances en la lingüística cognitiva permiten no sólo relacionar la cognición y el lenguaje de la organización, sino además, analizar el discurso organizacional que han construido las personas sobre su empresa.

Finalmente, se muestra cómo la lingüística organizacional como

disciplina apoya la vida organizacional, permite llevar a cabo muchas de las actividades de la empresa y es esencial para inferir e influenciar el conocimiento de otros. El lenguaje en las organizaciones no sólo cumple con la función de difundir y generar conocimiento, sino que también apoya el alcance de los objetivos institucionales y enriquece la cognición corporativa como valores agregados para la competitividad y productividad de la empresa.



Por
JUAN CARLOS VERGARA SILVA,
Decano del Seminario Andrés Bello
del Instituto Caro y Cuervo y Docente
Investigador del programa de
Lenguas Modernas de la Escuela de
Administración de Negocios EAN.



Por
**NORMA SOFÍA VANEGAS
TORRES**
Coordinadora de Investigaciones
de la Facultad de Lingüística y
Comunicación Organizacional
de la EAN.

Palabras claves:
Indicadores lingüísticos,
cultura organizacional,
competencia cognitiva,
metáfora cognitiva.



Con el advenimiento de la era de la información y su ulterior desarrollo hacia la era del conocimiento, la empresa moderna ha sufrido cambios, cuyo origen está en el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, y en la creación de nuevas teorías gerenciales y administrativas; todo ello, dentro del gran marco que proporciona el paso de la modernidad a la postmodernidad.

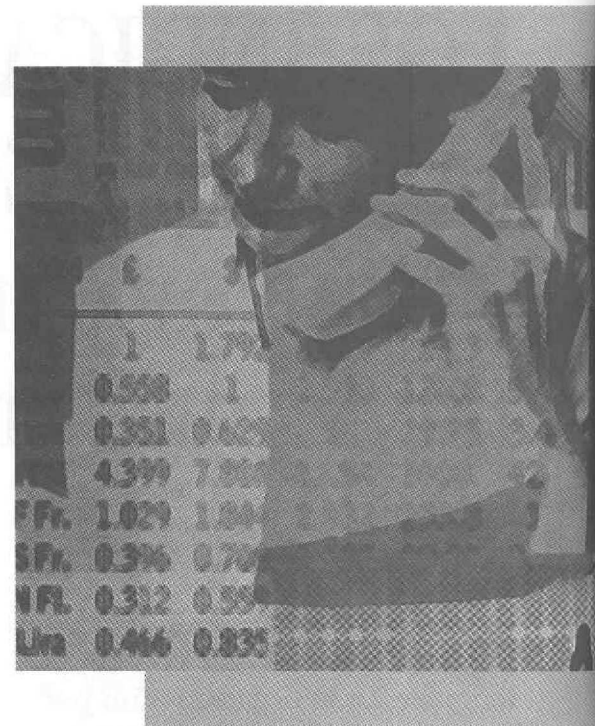
Durante el transcurso de los últimos años, según Peter Senge, los directivos se han visto abocados a utilizar **la información como un instrumento fundamental para la administración**; desarrollando progresivamente sistemas de información que respondan a las necesidades de las personas, ya que los simples datos no motivan a la gente y la **información** tampoco, a menos que **tengan la certeza, la necesidad y la habilidad de aplicarla en sus prácticas diarias**.

En este entorno, se precisa identificar mecanismos prácticos que ayuden a la empresa contemporánea a ver indicadores de su capital intelectual, de su conocimiento corporativo y de sus avances como organización que aprende.

La comunicación tiene un papel fundamental en las organizaciones, por ser la fuerza que entrelaza múltiples *eslabones de la cadena de valor* de una organización. La comunicación *refuerza la identidad* y la cultura organizacional, activos preciados que le dan diferenciación, competitividad y valor agregado a la empresa. Por supuesto, que lo que comunica una empresa debe ser de su esencia o razón de ser; elemento que la hace fuerte y digna de reconocimiento. Sin duda, la comunicación desde este punto de vista, cumple una función estratégica al brindar apoyo estructural a la empresa.

El proceso de comunicación incorpora todas las intenciones que una persona produce de acuerdo con la situación y estas *intenciones refuerzan los comportamientos organizacionales* en el momento de informar, generar entusiasmo, mejorar condiciones de trabajo, desarrollar espíritu de equipo, entre otras actividades organizacionales que son mediadas por el lenguaje.

Sin lugar a dudas, los anteriores planteamientos tienen una fuerte influencia en el lenguaje usado, el cual afecta la cognición y las relaciones entre los miembros de una organización. Como Pierre Cossette lo ha indicado, *el lenguaje involucra valores, emociones y todo un bagaje cultural*, lo cual per-



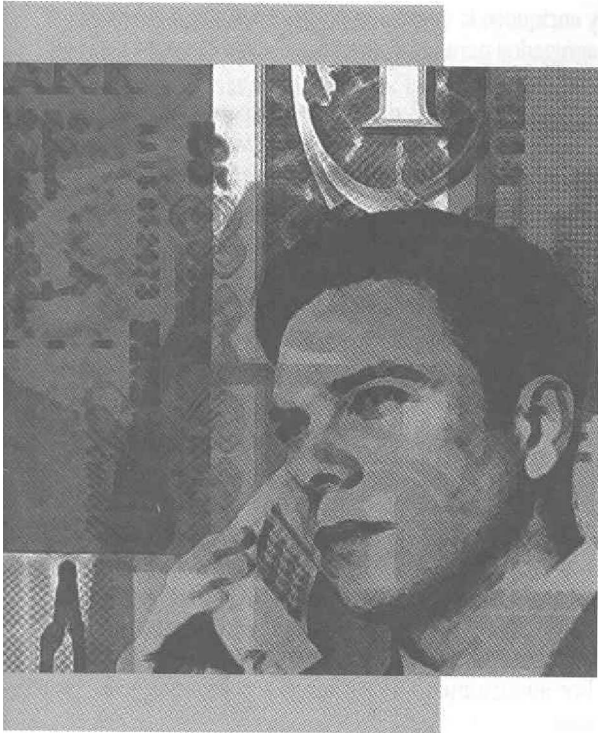
mite aseverar que el lenguaje que se posee *determina los comportamientos y las acciones organizacionales* de los miembros de una empresa.

La competencia cognitiva de las personas, desde la percepción y la intención, permite analizar el lenguaje en las organizaciones. Por ejemplo, para los miembros de una organización en una situación de interacción lingüística, la primera percepción proviene del conocimiento previo que cada persona tiene del mundo, lo cual ha requerido un proceso complejo de *comprensión previa*. A este respecto, *retomando a Winograd*,¹ es valioso su aporte en cuanto a que "el significado para quien escucha, es el resultado de un proceso complejo de tratar de entender lo que el hablante le está diciendo y la intencionalidad".

El anterior presupuesto replantea las formas de interactuar con el lenguaje en la organización; puesto que *cada miembro debe ser consciente de su rol y competencias para entender al otro*, reconociendo que la visión de mundo de las personas junto con la actitud y la disposición proactiva para entender al otro y hacerse entender, determinan las percepciones y las intencionalidades de lo que va detrás del lenguaje.

La lingüística cognitiva ha alcanzado importantes logros en la comprensión de los actos lingüístico-cognitivos del hombre, gracias a ello, es posible to-

¹ COSSETTE, Pierre. En findartides.com: The study of language in organizations: a symbolic integrationist stance. Issue; Nov, 1993.



mar sus marcos teóricos para aplicarlos en el campo organizacional. Lakoff y Langacker introducen "la lingüística cognitiva", por ser de allí, de donde se tiene una nueva categorización del lenguaje, desde la perspectiva innovadora de *la metáfora y del concepto de dominios cognitivos*.

La Lingüística cognitiva es un programa científico contemporáneo que conjuga la inteligencia artificial, la psicología, la ciencia neurológica, la filosofía, la lingüística y la antropología en un esfuerzo conjunto por estudiar el dominio complejo de la cognición. En su sentido más amplio incluye, por ejemplo, problemas de representación del conocimiento, formas de procesamiento del lenguaje y múltiples formas de realización de razonamientos, entre otros.

La lingüística cognitiva es un modelo funcional, no formal, basado en el uso; es por ello, que la función y el significado condicionan la forma y buscan determinar cómo se interrelacionan los elementos del significado (semánticos y pragmáticos).

En tal sentido, la cognición se concibe desde las ciencias cognoscitivas, como una serie de procesos que permiten al individuo apropiarse de *la realidad mediante su representación mental*, entendida ésta como "un conjunto de convenciones sobre la descripción de elementos"². Es así como, la cognición es vista como *procesamiento de in-*

formación o como manipulación de símbolos, en forma intencionalmente significativa para el sistema, lo que permite comprender la cognición de las organizaciones y sus miembros.

Para las organizaciones, saber que tanto quien comunica como quien escucha, está construyendo, representando y significando discurso, es vital, porque así favorece las interacciones comunicativas, a nivel de metacomunicaciones (comunicaciones de calidad) y promueve la construcción de discursos metacognitivos (conocimientos competitivos) que darán a la organización valor agregado, incrementándose así la inteligencia corporativa de la empresa.

Es decir que, el lenguaje lleva implícito una gran carga de significaciones y sentidos construidos a partir del contexto, las experiencias previas y las expectativas de las personas. Similarmente, Henao y Areiza³ señalan que los esquemas cognitivos de los destinatarios son modificados por sus hábitos comunicativos y su competencia lingüística.

La Teoría de la Estructura Retórica de Walter Kintsch, psicólogo americano, muestra un nuevo camino a través del cual se puede *conocer al destinatario por medio de sus esquemas cognitivos y modificarlos mediante esquemas lingüísticos*. Ingresar en el esquema lingüístico-cognitivo de los miembros de una empresa permitirá mejorar la labor persuasiva de lo que significan conceptos y comportamientos organizacionales como los de "trabajo de equipo", "organizaciones que aprenden" y "generación de valor agregado", entre otros.

A partir de las competencias lingüístico-cognitivas de las personas es posible dar cuenta de las implicaciones semánticas de lo que se dice y hace con el lenguaje. Lo esencial aquí es ver no sólo las relaciones de significado que definen la coherencia semántica de un discurso, sino también las relaciones referenciales entre las 'cosas' que el lenguaje denota.

La coherencia semántica apoya procesos en los cuales el ser humano almacena poco pero de forma importante en la memoria a corto plazo, la cual por tener capacidad limitada, necesita ser descongestionada constantemente. Si los miembros de una organización poseen estrategias lingüístico-cognitivas (por ejemplo: mapas conceptuales, mapas de información, redes mentales, mapas de fuentes de conocimiento, macroestructuras y uso de metáforas.) podrán, a partir de da-

LA LINGÜÍSTICA COGNITIVA HA ALCANZADO IMPORTANTES LOGROS EN LA COMPRESIÓN DE LOS ACTOS LINGÜÍSTICO-COGNITIVOS DEL HOMBRE, GRACIAS A ELLO, ES POSIBLE TOMAR SUS MARCOS TEÓRICOS PARA APLICARLOS EN EL CAMPO ORGANIZACIONAL.

² CORREA, M. José Ignacio, *Asedios a una pragmática de la cognición y el lenguaje*, Universidad pedagógica Nacional, Bogotá, 2000.

³ HENAO, Luz Marina y AREIZA, Rafael. *Esquemas cognoscitivos y pragmática*. En: *Revista de Ciencias Humanas*, No. 14, 1997, p. 44-53.



tos e información interpretada y valorada, almacenar en la memoria a largo plazo aquello que realmente debe perdurar como un principio o valor dentro de los rituales y rutinas culturales de una organización.

Robin Lakoff⁴, como lingüista de la línea cognitiva, refuerza, primero, el hecho de concebir al "lenguaje" como una capacidad cognitiva; segundo, la conciencia de que los fenómenos del lenguaje son continuos; y tercero, la plena convicción de la interconexión entre las tres partes de la apariencia humana: lenguaje, mente y mundo.

La teoría de la metáfora, desarrollada por Lakoff en equipo con Johnson y con Turner, parte de la hipótesis de que la metáfora no es sólo una figura retórica, sino que es *un mecanismo cognitivo* que se utiliza para procesar información abstracta a partir de conceptos más concretos, simples y familiares.

La metáfora tiene sus bases en el sistema conceptual del individuo, siendo un mecanismo cognitivo para comprender y expresar situaciones complejas sirviéndose de conceptos básicos y conocidos.⁵

Desde tiempos antiguos el lenguaje ha tenido una carga figurativa, en especial el lenguaje metafórico, por ser un instrumento retórico altamente representativo y significativo. El discurso que incorpora el lenguaje metafórico sirve para expresar un argumento o una descripción en términos más tangibles, ya que, las conceptualizaciones prestadas del dominio origen, en muchos casos, son más gráficas que las del dominio destino.

La metáfora y, más en particular, la metonimia nos permiten concatenar diversos modelos proposicionales entre sí, así como descubrir, al establecer los sistemas de correspondencias, partes lingüísticamente relevantes de los modelos proposicionales o de esquemas de imágenes que se utilizan para las correspondencias y que forman parte de un metalenguaje semántico bien definido.

Sin duda alguna, la lingüística organizacional como disciplina apoya la vida organizacional, en tanto que, como lo confirma Donellon, el lenguaje es utilizado para llevar a cabo muchas de las actividades organizacionales y es esencial para *inferir e influenciar el conocimiento de otros*. El lenguaje en las organizaciones no sólo cumple con la función de difundir y generar conocimiento, sino que también apoya el alcance de los objetivos institucionales

y enriquece la cognición corporativa como valores agregados para la productividad de la empresa.

Escandel y Areiza⁶, desde una perspectiva pragmática, indican que **el lenguaje es un sistema recursivo que presenta unidades conceptuales**, por ello, al analizar el conocimiento de los miembros de una empresa, el lenguaje que manejen permitirá identificar las unidades conceptuales que han elaborado y que les lleva a actuar en determinada forma.

El lenguaje tiene un carácter eminentemente simbólico. Por lo tanto, su función primera es significar. Esta visión en el enfoque de la lingüística facilita, entre otros temas, el estudio de la metáfora como instrumento de cognición que enlaza los conceptos de "modelo mental" acuñado por Peter Senge en su teoría de la quinta disciplina: "Los modelos mentales son supuestos hondamente arraigados, generalizaciones e imágenes que influyen sobre nuestro modo de comprender el mundo y actuar".

Dado que para la lingüística cognitiva el lenguaje no está anexo al pensamiento como un vestido que lo cubre o como un portavoz, sino como un "instrumento cognitivo" por excelencia, el análisis lingüístico de los hábitos comunicativos en la empresa puede señalar el grado de armonía o de esquizofrenia que reina en una empresa, la cual en el papel está funcionando adecuadamente.

Luego de esta "navegación" por los caminos de la gestión administrativa y de la lingüística contemporánea se pueden determinar las siguientes dimensiones que deben precisar los indicadores lingüísticos de gestión del conocimiento: *Dimensión Pragmática*, *Dimensión Prototípica*, *Dimensión Metafórica*. Todos ellos referidos a la comunicación real y efectiva en la empresa.

La *Dimensión Pragmática* establece el estudio de los enunciados que se producen en el entorno empresarial y su grado de adecuación con el plan estratégico de la empresa que está dirigida hacia el desarrollo de la gestión del conocimiento.

La *Dimensión Prototípica* hace referencia a la concepción que existe en la mente de los empleados y usuarios de una compañía sobre los productos y servicios que ofrece la empresa como "prototipo" en el imaginario de quienes ven la organización desde el interior y desde el exterior de la misma.

⁴ CUENCA, María Josefa y HILFERTY, Joseph Hilferty. *La Introducción a la Lingüística Cognitiva*. Primera Edición. Editorial Ariel, Barcelona, 1999, Pág. 21.

⁵ *Ibid.*, p.98.

⁶ ESCANDEL, María Victoria y AREIZA, Rafael. *Introducción a la pragmática*. En: *Ciencias Humanas*. No. 16, 2000.

En cuanto a la Metáfora, parte de una pregunta sobre la imagen de la empresa representada en los "modelos mentales" de quienes laboran, venden y compran los productos y servicios que la empresa comercializa.

En este panorama se puede afirmar que el análisis de los entornos lingüísticos y comunicativos de una empresa es un factor muy valioso en la ges-

ción empresarial. De igual manera, la conjunción de modelos gerenciales innovadores tales como la *Ecología de la información o la gestión del conocimiento* pueden dialogar con sus homólogos en la lingüística, aportando una mirada distinta y una metodología apropiada para aportar indicadores lingüísticos en el manejo complejo de la valoración del capital intelectual y del talento en la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

1. ALBERT, Steven y BRADLEY, King. *Managing Knowledge*. Londres, Cambridge University Press, 1997.
2. BERTALANFFY, Ludwig von. *Teoría general de los sistemas*. Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 2000.
3. BLANCO, Joseph; GRIMALDO, Tobies; SÁNCHEZ, Dora. *Signo y pensamiento*. Barcelona, Ariel, 1990.
4. ORREA, José Ignacio. *Asedios a una pragmática de la cognición y el lenguaje*. En: Revista de la Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá, 2000.
5. COSSETTE, Pierre. *The study of language in organisations a symbolic integration stance*. En: findarticles, nov. 1993.
6. CUENCA, María Josefa y HILFERTY, Joseph. *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona, Ariel, 1999.
7. DAVENPORT, Thomas H. *Ecología de la información*. México, Oxford, 1999.
8. DAVENPORT, Thomas y PRUZAK, Laurence. *Conocimiento en acción*. Buenos Aires, Pearson Education S.A., 2001.
9. EDVINSON, Leif, y MALONE, Michele S. *El capital intelectual*. Bogotá, Editorial Norma, 1998.
10. ESCANDEL VIDAL, María Victoria. *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel, 1996.
11. ESTRADA HURTADO, Gustavo. *La riqueza de la información*, Bogotá, Cargraphis.S.A. 1998.
12. HARVARD BUSSINES REVIEW. *La gestión del conocimiento*. Bilbao, Ediciones Deusto, 2000.
13. HENAO, Luz Marina y ARIZA, Rafael. *Esquemas cognoscitivos y pragmática*. En: Revista de Ciencias Humanas. N. 14. 1997.
14. KOULOPOULOS, Thomas M., y FRAPPAOLO, Carl. *Gerencia del conocimiento*. Bogotá, McGraw Hill, 2000.
15. LEECH, Geoffrey. *Principles of pragmatics*. Londres, Longman Linguistics Library, 1982.
16. NONAKA, Ikujiro y TAKEUCHI, Hirotaka. *La organización creadora de conocimiento*. México, Oxford, 1999.
17. ROSS, Johan y otros. *Capital intelectual, el valor intangible de la empresa*. Barcelona, Paidós. 2001.
18. SENGE, Peter, *La quinta disciplina*. Barcelona, Granica, 1996.
19. TAPSCOTT, Don, *La Economía digital*. Bogotá, Mc. Graw Hill, 1996.
20. TOBÓN DE CASTRO, Lucía. *La lingüística del lenguaje*. Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional, 2001.
21. VAN DIJK, Teun A. *De la gramática del texto al análisis crítico del discurso*.
22. YULE, George. *El lenguaje*. Madrid, Cambridge University Press, 1998.