



METATEORÍA SOCIOLÓGICA: un enfoque para el estudio de los negocios internacionales

María Elena Camarena A.*

Gerardo Tunal S.**

MÉJICO

Resumen

Este trabajo sugiere la utilización de la metateoría dentro de los estudios administrativos, para estudiar el peso de la cultura en los negocios internacionales. Lo anterior permitirá a los administradores resaltar que en las negociaciones humanas median no sólo consensos establecidos sino también un amplio repertorio de acciones en las que intervienen procesos subjetivos paralelos a las codificaciones racionalizadas entre los actores sociales. Se retoma la metateoría surgida en la década de 1980, por sus características inclusivas y sintéticas, ante las perspectivas tradicionalmente cerradas a los procesos que se suscitan dentro del continuo social, delimitado por los extremos del debate micro y macro social.

Palabras clave: metateoría sociológica, culturas laborales, teoría de la organización.



*Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Nacional Autónoma de México; Especialista en Administración del Instituto de Administración Pública. París, Francia; Magister en Educación Superior y Doctora en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora investigadora de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México.

mcamarena_adame@hotmail.com



**Licenciado y Magister en Sociología del Trabajo de la Universidad Autónoma Metropolitana - División de Ciencias Sociales y Humanidades; Especialista en Diseño de Encuestas de la Universidad Nacional Autónoma de México, y Doctor en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Sociología por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco

gtunal@correo.xoc.uam.mx



Abstract

This work suggests the utilization of the meta-theory inside the administrative studies, to study the weight of the culture in the international business. The previous thing will allow to the administrators to highlight that in the human negotiations consensuses happen not only established but also a wide digest of actions in those who control subjective processes parallel to the codifications rationalized between the social actors. There is taken again the meta-theory arisen in the decade of 1980, for his inclusive and synthetic characteristics, before the perspectives traditionally closed to the processes that provoke inside the continuous social one delimited by the ends of the debate mike and macro socially.

Keywords: *sociological meta-theory, work cultures, organization theory*

Introducción

En las relaciones económicas entran en interacción un enorme número de variables cuyo análisis, dentro de un contexto globalizado, se constituye en un enorme reto que hace preciso contar con una herramienta teórico-metodológica que sea capaz de ofrecer los mecanismos adecuados de análisis. Igualmente, se encuentra que los esquemas teóricos tradicionales dentro de las ciencias sociales y en particular dentro de la sociología, fueron concebidos para contextos sociales y económicos específicos.

Como una consecuencia de la reconfiguración del modo de acumulación capitalista expresado en la llamada globalización a partir de los años ochenta del siglo pasado y con distintos matices y ritmos, la realidad tuvo que ser re-aprehendida y re-aprendida. Los constructos teóricos que dominaron hasta casi finalizar el siglo XX se vieron rebasados en tanto racionalidades universales que no codificaban los nuevos procesos sociales. Es importante mencionar que no es que la realidad no haya cambiado en el pasado, si no que la globalización expuso situaciones diferentes en el accionar social que exigían re-codificaciones que enunciaran diferentes expresiones en los procesos sociales. En este orden de ideas "...el carácter imperativo del proceso mundial de modernización implica una consecuencia inevitable: la necesidad de un ajuste estructural..." (Lechner, 1992: s/p) con un consecuente replanteamiento de los fenómenos societales. Si se asume que la teoría social fue generada en y para el mundo occidental, se entiende que la teoría occidental tendría que ser replanteada en el contexto mencionado. Para el



caso latinoamericano la cuestión resultó más compleja, porque al no tener teorías propias no se podría re-teorizar sobre lo no teorizado. Las situaciones expresadas anteriormente se manifestaron en una crisis en las ciencias sociales que obligó a los científicos a reconfigurar las codificaciones de la realidad. Al centro de estas limitaciones se puede encontrar claramente el resurgimiento de los debates y disyuntivas centrales de las ciencias sociales, si por un lado se debe estudiar el universo micro social o el macro social, si las técnicas cualitativas tienen mayor preponderancia que los métodos cuantitativos.

Una de las opciones para enriquecer las teorías existentes surge de las entrañas mismas del desarrollo teórico de la sociología: la metateoría, entendida ésta como un conjunto de presuposiciones que proveen perspectivas generales o caminos para seguir, basados en suposiciones acerca de la naturaleza de la realidad y los seres humanos (ontología), la naturaleza del conocimiento (epistemología), los propósitos de la teoría y la investigación (teleología), los valores y ética (axiología), y la naturaleza del poder (ideología) (Dervin, 2003: 136-137). De igual forma, la metateoría se explica como *un campo disciplinar que se ocupa del estudio de la teoría, es decir, de los saberes acumulados en un área particular de conocimiento científico o humanístico*, lo cual implica que desde una equiparación de metateoría y metalenguaje, *un metalenguaje (una metateoría) es el lenguaje (teoría) en que reflexionamos sobre el lenguaje (la teoría) analizado* (Paz, 2002).

La conformación de este enfoque constituye una respuesta a las transformaciones de los modelos teóricos de las ciencias sociales de la segunda mitad del siglo XX, particularmente del cambio entre los antiguos esquemas deterministas y estructuralistas y las microsociologías, que enfatizan la experiencia cotidiana y la acción reflexiva de los actores culturales, así como una relación más dinámica entre el mundo interno y externo (Camarena y Tunal, 2011: 67). Lo anterior, podría dar la posibilidad de contemplar el universo micro social caracterizado por las relaciones cara a cara, sin dejar de concebirlas como parte de una realidad macro social en la que se suman una gran cantidad elementos¹.

Es así que en el presente trabajo se trata de abordar el papel que desempeña la cultura en las relaciones empresariales y de trabajo, dentro de un contexto globalizado, partiendo desde la perspectiva de la administración que retoma

¹ Véase Tunal y Camarena (2012); Camarena y Tunal (2008); Tunal y Camarena (2007); Giddens (2003); Giddens (2007); George (1998); Bourdieu (1988); Coleman (1982); Coleman (1990); Knorr-Cetina (1981a); Knorr-Cetina (1981b), y Kurzweil (1988).



los planteamientos teóricos propuestos desde la metateoría sociológica, con el propósito de formar parte del debate generador de propuestas para la concreción de relaciones interculturales en el contexto cultural empresarial.

En este orden de ideas, se propone el uso de la metateoría en las ciencias administrativas con el objetivo de examinar la determinación de la cultura en los negocios internacionales. Lo anterior permitirá a los estudiosos de la administración reconocer que en el accionar social, además de los consensos establecidos, también intervienen una gran variedad de acciones surgidas al margen de lo objetivamente racional.

La administración y sus limitantes teóricas

La realidad y naturaleza de los estudios administrativos parte desde una doble propiedad: la de técnica y la de ciencia, aunque hay que reconocer que "...de origen, la administración es pragmática y casual y circunstancialmente se fue encontrado con la teoría en su intento de hacer más rentables a las empresas, llegando así a niveles muy avanzados a través de la innovación tecnológica, pero muy pocas veces la investigación que se ha hecho dentro de estas disciplinas tiene como objetivo final la consolidación de marcos teóricos científicos, cuestión que tiene tanta tradición en las ciencias blandas que ni siquiera se menciona" (Tunal, 2005: 10-11). Esta doble función ha presentado serios retos para su cabal desarrollo, como lo muestra Soria (Citado por Medina, 2007) cuando dice que la administración "ha sido sistemáticamente negada como disciplina social por su carácter eminentemente pragmático: la enseñanza y la escasa investigación en administración han carecido de conciencia teórica" (p. 11).

La evolución de los enunciados secuenciales resueltos bajo el dinamismo propio del conocimiento científico es lo que hace a un saber ser un saber científico. Desafortunadamente, dentro de la metodología administrativa se sigue pensando que ya se ha escrito suficientemente sobre las organizaciones y es precisamente esto lo que hace a la administración solo ser una metodología. Habrá quien diga que la administración tiene escuelas o corrientes de pensamiento, e incluso se citará algunos ejemplos (...). El asunto es que las unidades de análisis de los saberes científicos (y no solo en las ciencias sociales) no solo impactan a la ciencia que le dio origen, sino que permean a los marcos teóricos de las ciencias cuyo objeto de estudio es similar, en este caso los actores sociales, provocando reestructuraciones epistémicas y algunas veces revoluciones científicas. La situación de las disciplinas administrativas es que aún hoy en día no han participado en el proceso descrito líneas arriba, y no lo han hecho porque se cree que ya se ha escrito



suficiente, como si la realidad fuera estática y las reflexiones sobre ésta corrieran la misma suerte. El mundo se sigue moviendo y nunca podrá ser interpretado de la misma manera, de ahí que no es casual que actualmente exista una tendencia en la investigación científica construida a partir de estudios de coyuntura y de análisis más flexibles en detrimento de las racionalidades universales, por cierto muy propias de la administración (Tunal, 2005: 10).

La diferencia que existe entre la administración y las demás ciencias sociales, radica en el hecho de que la vasta generalidad de las investigaciones y teorías sociales son esfuerzos intelectuales que tienen manifestaciones cerradas para ser consumidas al interior de las comunidades especializadas, sus efectos en la sociedad a la que estudian se pueden o no hacer presentes después de pasado una cantidad considerable de tiempo, y la intensidad con la que se presentan son relativas en comparación a la relevancia originalmente otorgada por sus creadores. En tanto, las respuestas que se generan desde las perspectivas teóricas y los estudios empíricos en la administración deben poder ser aplicados a la realidad social con una relativa inmediatez y los efectos pueden ser estudiados para la cabal comprensión de sus aplicaciones y posterior desarrollo de nuevos paradigmas teóricos.

Ahora bien, entre los esfuerzos para dotar a la administración de ese fundamento teórico metodológico, está recurrir a las ciencias sociales ya establecidas para partir de un entorno más o menos estable. En el caso del presente texto se recurrirá a la metateoría, debido, en gran medida, a considerarse como la perspectiva que ofrece una gran cantidad de ventajas teórico-metodológicas.

La metateoría como herramienta teórica

En la búsqueda de las herramientas que contribuyan con el trabajo de los administradores, recurrimos a un método de investigación conocido en la sociología como metateoría o metateorización. Dicho método tuvo su auge en los años ochenta del siglo pasado, época en la que se comenzaron a detectar vacíos que no se podían resolver con las teorías existentes hasta entonces. De ahí que Ritzer (2005) se diera a la tarea de buscar un método que le permitiera integrar lo que existía hasta el momento y dar respuesta a las interrogantes que aparecían en esos años.²

Es importante resaltar cómo se entiende la cultura en este contexto: la

² Véase: Ritzer (2006).



cultura dentro de las organizaciones “...se orienta hacia la transmisión de sentimientos de identidad a los miembros de la organización, al compromiso colectivo por encima del individual, a la estabilidad del sistema social, a los flujos de información rápida, al sistema de códigos verbales y de distintos órdenes compartidos por los miembros, y a la motivación de los integrantes de la organización que permitirá cumplir con los objetivos establecidos. (...) (...En este sentido, la cultura se orienta a...) los cambios ocurridos en las organizaciones con la finalidad de adecuar éstos a políticas organizativas identitarias y colectivas de la organización” (Tunal y Camarena, 2007: 47)³.

Por ello, en el afán de comprender la incidencia de la cultura en los negocios internacionales se sugiere recurrir a la innovación paradigmática, es decir la construcción de nuevos modelos para dar explicación a los procesos sociales que se presentan y a los cuales no se puede dar respuesta desde un solo enfoque, desde los paradigmas existentes o de los puntos de vista actuales. De ahí que se proponga el enfoque metateórico en la administración, como un esfuerzo integrador de conocimientos y herramientas teóricas de diferentes disciplinas que permitan examinar a las organizaciones más allá de los mecanismos de control.⁴

En este sentido la metateorización tiene la capacidad de revisar la configuración de los datos, objetos, hechos o fenómenos, métodos, conceptos, y examina las articulaciones que realizan las disciplinas de estos elementos junto a las triangulaciones interdisciplinarias que se hayan producido; todo ello de acuerdo a criterios de criticidad que evalúan el aporte al conocimiento: progreso o estancamiento (Toledo-Nickels, 2008: 204). De tal modo que nos permite evaluar y analizar críticamente las teorías existentes, proceso en el cual se pueden descubrir cosas interesantes para la creación de una nueva teoría o simplemente para tener una comprensión más integral de la realidad.

El propio Ritzer (2005) argumenta que la metateoría pretende también clarificar las cuestiones en conflicto, resolver disputas y hacer posible una mayor integración y síntesis (567).

Como plantea el mismo autor, existen tres tipos fundamentales para entender los estudios metateóricos dentro de la sociología de acuerdo con *la naturaleza de los productos finales*. Estos son:

³ Véase Peterson (1979); Giménez (1994); Guadarrama, y Pereliguin y Wuthow et al. (1988).

⁴ Véase Tunal y Camarena (2007); Adler et al. (1987); Goffman (1989), y Heller (1977).



La metateorización como medio para obtener una comprensión más profunda de la teoría, implica el estudio de la teoría para producir una teoría mejor, una comprensión más profunda de la teoría existente. Ésta se ocupa, más específicamente, del estudio de las teorías, de los teóricos y las comunidades de teóricos, así como de los contextos sociales e intelectuales de las teorías y los teóricos. El segundo tipo, la metateorización como preludeo al desarrollo de la teoría, implica el estudio de las teorías existente para producir una teoría sociológica nueva. (En este segundo tipo de metateorización se solían centrar los teóricos clásicos.) y finalmente, existe un tercer tipo, la metateorización como fuente de las perspectivas que sostienen toda la teoría sociológica que implica un estudio de la teoría orientado hacia la meta de producir una perspectiva, por ejemplo, una metateoría, que abarque cierta parte, o toda la teoría sociológica (Ritzer, 2005: 587).

Como se puede observar, la metateoría en sociología tiene diversos usos según sean requeridos y dependen del grado de complejidad y desarrollo teórico-metodológico y práctico que se desee alcanzar, así como los objetivos trazados dentro de los procesos de investigación. Aunque a veces como la misma *Teoría Ritzeriana* plantea, las fronteras en esta clasificación son sutiles y hasta llegan a confundirse:

La segunda gran aportación de la metateorización es la creación de una nueva teoría. Mientras ésta es la meta distintiva de la Mp, la creación de una teoría también puede resultar de la Mu. La línea divisoria entre una teoría mejorada y una nueva teoría suele ser confusa. Por ejemplo, (...) (...hay quienes...) a través del análisis Mu, se (...) (...embarcaron...) en un esfuerzo por mejorar el funcionalismo estructural. Sin embargo, hay algunos (...) que aprecian tantas diferencias entre el funcionalismo estructural tradicional y el neofuncionalismo que consideran éste último como una nueva teoría (Ritzer, 2005: 593).

El planteamiento subyacente que da pie al desarrollo de la metateoría, es la necesidad de expandir los alcances teórico-metodológicos de las perspectivas de análisis que, debido a presentarse de una determinada forma, dejan espacios y vacíos que dificultan su aplicación para el análisis de la realidad social. Es decir, la metateoría surge de la necesidad de enriquecer las formas teóricas y de esta manera presentarlas de una manera más completa para poder estudiar y comprender las vicisitudes de la realidad humana.

En el centro generador de esta imposibilidad de hacer investigaciones sociales más completas, se puede ubicar la presencia de las disyuntivas que han suscitado las discusiones más acaloradas dentro de las ciencias sociales. Éstas siempre se presentan en forma de disyuntivas aparentemente tajantes y excluyentes: la aparente preeminencia de las relaciones macro sociales sobre



las relaciones micro sociales, la utilización de métodos cuantitativos sobre los cualitativos, el factor objetivo sobre el subjetivo. Las discusiones sobre estos tópicos han generado a lo largo del desarrollo de las ciencias sociales una serie de teorías que parecían fatalmente encontradas, sin embargo ante una serie de limitaciones que se hicieron patentes, principalmente en la década de 1980, se pensó en una forma de poder estudiar ambos lados de todas estas cuestiones.

La metateorización busca analizar el mundo social y para ello requiere un modelo simple que utiliza los siguientes niveles de análisis: microscópico – macroscópico y objetivo – subjetivo. Los niveles macroscópico – microscópico comprenden desde los sistemas mundiales, sociedades, organizaciones, grupos, interacción y pensamientos hasta acciones individuales. Los niveles objetivo – subjetivo, consideran lo que tiene una existencia material real. Por ejemplo fenómenos como los actores, la acción, la interacción, las estructuras burocráticas, el derecho y el aparato del Estado. Y se considera como nivel subjetivo a los fenómenos tales como la familia, las normas, los valores, elementos de la cultura, las normas y muchos de los elementos que integran la dimensión cultura. En estos niveles a veces es difícil la separación, por lo que se dice que hay tipos mixtos que representan la combinación de ambos niveles. Como resultado de estos niveles, Ritzer (2005) maneja un esquema donde cuatro niveles se combinan y además se observan las interrelaciones que existen, es decir en los cuadrantes se clasifican las teorías existentes de acuerdo al cuadrante de la realidad en el que se ubican sus principales postulados, de tal forma que al llenar los cuatro cuadrantes se obtiene una visión global de las teorías que permiten analizar, en este caso, las diferencias culturales, sin descuidar ninguno de los niveles de la realidad.

El objetivo de utilizar este modelo en la administración de los negocios internacionales y tener un plano dividido en cuadrantes es "...trazar una propuesta de red que integre las diferentes teorías por medio de las relaciones de influencia y/o carencia que muestran entre sí tales teorías. En esta propuesta de Ritzer se estableció una red con una muestra representativa de diversas teorías. Es evidente que se trata, todavía, de una red incompleta, pero a medida que se vaya observando su utilidad como perspectiva integradora, se deberá ir ampliando en el futuro" (Requena, 2000: 139).⁵

⁵ Cabe mencionar que, por lo menos en la búsqueda bibliográfica que se hizo para el presente artículo, si bien se encontraron algunas experiencias reportadas que utilizaron dicha metodología, éstas fueron muy pocas y ninguna derivó en una propuesta teórica que alimentara las teorías de origen que se expresaron como el ejercicio metodológico de aplicación de los pocos casos reportados. Es en este sentido que a nivel de construcción teórica no se encontró bibliografía con las características previamente expresadas después de iniciado el siglo XX.



La propuesta de Ritzer presenta una red con los cuadrantes propuestos con la cual sugerimos que se podría administrar las diferencias culturales en negocios internacionales, en donde las teorías o conceptos que se influyen tienen un signo positivo (+) y las que no se influyen o presentan carencias unas teorías sobre otras, se representan con un signo negativo (-). Las flechas parten de la teoría que tiene influencia hacia la otra, de tal forma que al finalizar la red, Ritzer obtuvo una perspectiva conjunta de los aspectos donde se ha profundizado y de aquellos en los que existen lagunas y que pueden ser líneas de investigación en el futuro.

La metateoría como herramienta para el análisis de la cultura

Con mayor evidencia que en el pasado, en el mundo globalizado existe una variedad de enfoques y puntos de vista que ponen de manifiesto las diferencias y similitudes culturales que existen entre las personas. Es necesario entender que la globalización al mismo tiempo que crea patrones de homogeneidad, hace notorias manifestaciones de individualidad.

La situación anterior no escapa a la forma en que se interactúa en los negocios internacionales cuando se dan relaciones entre personas pertenecientes a diferentes culturas. Así, a nivel teórico surge la necesidad de encontrar elementos que permitan explicar los procesos a los que nos enfrentamos en el ámbito cultural de los negocios internacionales, pues en dichas organizaciones, intervienen diversos aspectos para que éstos se conduzcan exitosamente a los objetivos planteados por las ellas. En este orden de ideas, la cultura puede ser una variable y un instrumento al servicio de los administradores para conducir la empresa hacia el éxito (Zapata y Rodríguez, 2008: 253).

De inicio habrá de aclarar lo aquí se entiende por cultura, ya que hay diversas definiciones que varían dependiendo del campo de estudio donde se ubiquen y de los intereses de los propios analistas. Por ejemplo, los antropólogos tienen una definición diferente a los sociólogos o a los psicólogos, de tal forma que no hay un concepto universalmente aceptado para definirla. Teniendo en cuenta lo anterior y las implicaciones que esto tiene, en este texto se entiende la cultura como el conjunto de consensos, codificados o no, que rigen la práctica social y los procesos que permiten la comunicación entre los *consensos diferenciadores entre grupos*. Pese a que autores como Schütz, Berger y Luckmann –por mencionar algunos– insisten que la cultura se construye y reconstruye todo el tiempo, los seres humanos no se adaptan



al entorno.⁶ Hay que reconocer que para que se den los consensos mínimos en el accionar social, debe haber una dialéctica de la alteridad en la cual cada uno de los actores tiene que ir más allá de sus interpretaciones simbólicas a través de etnométodos para crear un *punteo interpretativo* de la realidad, que le permita comprender al otro y ser comprendido por los otros en el entendido que *un sujeto es sujeto sólo en términos de otro sujeto*.⁷

La cultura está presente en todos lugares en todos momentos, no se puede abstraerse de ella. Es así que en las organizaciones la cultura no debe ser pensada como ajena a la cotidianidad en tanto que también está presente fuera del ámbito laboral.⁸ Por lo tanto, las relaciones comerciales constituidas entre personas que pertenecen a distintos ámbitos culturales es un fenómeno muy común. Por ejemplo, parecería difícil entablar relaciones comerciales con empresarios cuyo contexto cultural de negocios es diferente, quizá esto pudiera desanimar la exportación o la atracción de inversión. Se dice también que hay mercados altamente exigentes, pero esto más que un obstáculo representaría una oportunidad para desarrollar formas innovadoras y plurales de hacer y entablar relaciones de negocios.

Por otra parte, el no tener conocimiento de las diferencias culturales puede incidir negativamente en el intercambio comercial. Por ejemplo, abrir inmediatamente un regalo que da un empresario japonés es de mala educación, cuando, por el contrario, en México si no se abre el regalo en ese instante se toma a mal. Detalles de protocolo, como el mencionado, hacen que se pierdan oportunidades de negocios y además causan que el inversionista extranjero se lleve una mala impresión tanto del empresario como del país, y en el futuro provocar falta de interés por establecer relaciones comerciales. De ahí la importancia de conocer las diferencias culturales y administrarlas a favor.

Si se toma en cuenta que la competencia que existe en el mercado internacional es amplia, resulta fundamental que el empresario actual proyecte seriedad, responsabilidad y respeto, elementos que hacen mucho más confiable a un hombre de negocios y le abren las puertas para las transacciones comerciales que desee realizar a nivel internacional. Actualmente es necesario contar con instrumentos que permitan a los ejecutivos entender los mercados internacionales, pero no solamente con productos o servicios de calidad,

⁶ Véase Schütz (1993); Schütz y Luckmann (2001) y, Berger y Luckmann (1968).

⁷ Véase Coulon (1988); Luna (1978), y Maffesoli (2001).

⁸ Véase Tunal y Camarena (2007).



sino también ayudándoles a comprender la importancia de las diferencias culturales en los negocios y al mismo tiempo, apoyándolos a forjar una imagen de responsabilidad y comprensión de sus contrapartes extranjeros. Pero ¿cómo dotar a los administradores y empresarios que se desempeñan en los negocios internacionales de las herramientas o instrumentos que les permitan entender y manejar a su favor las diferencias culturales?

Al pensar en las relaciones que se dan entre personas que están dentro de esquemas culturales diversos, podemos darnos cuenta que las relaciones se realizan entre personas y no entre sistemas culturales, así Yuan (Citado por: Jameson, 2007) argumenta que “las teorías de comunicación intercultural deben basarse en la interacción, haciendo énfasis en cómo se comunican los individuos y no las culturas” (p. 202). La cultura por lo tanto, podemos decir que se encuentra presente en las relaciones cara a cara.

En este orden de ideas, se sugiere que si los administradores involucrados en el área de los negocios internacionales desean dar cuenta de los conocimientos de diferencias culturales existentes en los negocios internacionales, deben de tener en cuenta la dialéctica micro y macro social, así como la relación entre los procesos objetivos y subjetivos, ambas interacciones expresadas desde la identidad. Lo anterior acogiéndose a la idea de Figueroa (Citado por: Tunal y Pérez, 2004) en la que la cultura debe ser “...la dimensión simbólica de lo social (...) (...que...) remite a los códigos con los cuales, tanto las prácticas y las relaciones sociales como el entorno y los objetos, el mundo natural y el sobrenatural, adquieren un significado. Dentro de este entorno cultural, la identidad se expresa en la forma en que los miembros de un grupo, cualquiera que sea, se definen y son definidos por *los otros* con los que existe interacción. Así, el fenómeno identitario se caracteriza por la presencia de un juego de autodefiniciones y de heterodefiniciones en el que frecuentemente subyacen juicios de valor” (p. 55). Por lo anterior se debe reconocer que la “...cultura es la base de la que surgen tanto las marcas con las que se percibe, como aquellas con las que se juzga valorativamente lo propio y se distingue lo ajeno. La cultura se encuentra en los cimientos de todo sistema de identidad pero no constituye en sí misma un fenómeno identitario (Tunal y Pérez, 2004: 55).

En este orden de ideas, la identidad debe dejar “...de entenderse como un proceso exclusivo que ocurre o se forma únicamente dentro de la dimensión de la personalidad o del individuo, premisas bajo las que solo la psicología tendría ‘permiso’ para estudiarla. En la actualidad se ha reconocido que hay un sinnúmero de mecanismos de introyección y recreación de conjuntos



simbólicos compartidos con la exterioridad social. La identidad entonces, se ha convertido en un problema que tiene que pasar por la explicación del *ser parte de* y remitirse al estudio del fenómeno de la pertenencia social (Tunal y Pérez, 2004: 55-56).

Al respecto, Jameson (2007) propone una perspectiva reticular de la administración de diferencias culturales en los negocios internacionales en donde a partir de la identidad y bajo el enfoque metateórico, se puede ir comprendiendo las teorías, conceptos y modelos que permitan resignificar el peso de la cultura en los negocios internacionales. En dicha propuesta se observa que, en un cuadrante macro-subjetivo son abordadas las teorías que soportan el estudio de las diferencias culturales en el ámbito de los negocios internacionales. Se analiza la globalización, las integraciones económicas, los acuerdos de libre comercio, los negocios internacionales, los planes de negocios y los planes de negocios de exportación, que son los elementos teóricos que sirven de base a las relaciones de negocios entre las diferentes culturas del mundo.

En un cuadrante macro-subjetivo se incluye las teorías que facilitan el entendimiento de las diferencias culturales a niveles nacional o regional y son principalmente teorías de la cultura y su evolución a lo largo de la historia, las teorías de las diferencias culturales en los negocios internacionales, las teorías de comunicación en los negocios internacionales y el protocolo en los negocios internacionales.

En un cuadrante micro objetivo y subjetivo se incluye la organización formal de una compañía, los sistemas de organización de las empresas, la cultura organizacional, los modelos de análisis de cultura organizacional, la identidad y la identidad cultural en la comunicación intercultural de negocios para comprender cómo influye la cultura de la organización y del individuo en la forma de hacer negocios internacionales.

En el análisis de los mencionados cuadrantes, se encuentra que existen esfuerzos por ofrecer modelos de análisis importantes en los cuadrantes macro subjetivo, micro objetivo y micro subjetivo como es el modelo de identidad cultural en la comunicación intercultural de negocios de Jameson. Estos modelos muestran un esfuerzo por comprender las diferencias culturales en la comunicación intercultural de negocios; son modelos de utilidad que ayudan a integrar elementos de análisis, sin embargo, no logran dar una visión integral más allá de aspectos comunicacionales, aunque

muestran la preocupación cada vez mayor de realizar estudios a profundidad y no solo de abordar aspectos culturales a nivel macro.

En el nivel micro objetivo y subjetivo está el modelo Zapata y Rodríguez (2008) para el análisis de la cultura organizacional, el cual es un análisis desde una perspectiva interdisciplinaria que permite, a los interesados en utilizarlo, construir sus propios marcos de observación y análisis de la cultura de una organización, dentro de una realidad que es sumamente compleja. Este modelo ayuda a cubrir la ausencia en la literatura empresarial de material aplicado a los contextos que rodean la cultura organizacional, así como también ayuda a diferenciar e identificar la administración, que da identidad a las empresas y les permite entender su relación con problemas sociales, culturales y organizacionales. Resulta así un modelo de utilidad porque recurre a un enfoque interdisciplinario para explicar la realidad organizacional, sin embargo se demuestra que si bien se está profundizando en el análisis de la realidad social y cultural a nivel organizacional, no hay un vínculo que ligue a este modelo al ámbito internacional. Es entonces este modelo un aporte teórico que quizá en el futuro se pueda desarrollar con mayor profundidad para hacer un modelo que contemple los niveles más allá de la organización.

También es importante destacar que se están realizando esfuerzos por crear modelos que ayuden a entender y utilizar la variable cultura en los negocios internacionales, sobre todo en el ámbito micro objetivo y macro subjetivo⁹. Lo anterior pone de manifiesto que se está revalorizando la cultura como una categoría analítica que permita entender las relaciones de negocios más allá de lo objetivamente racional. Este es un buen indicador si se toma en cuenta que el interés por la cultura debe ser creciente y revaluado en perspectiva de las ventajas que ofrece a aquellos que quieren administrar este tipo de conocimientos.

También hay niveles de análisis del enfoque metateórico, en donde no hay teorías suficientes que ayuden a explicar las diferencias culturales en los negocios internacionales; estos niveles son el micro-objetivo y el micro-objetivo. Los estudios encontrados en estos niveles son pocos y denotan que a nivel micro no hay suficientes elementos teóricos para analizar las diferencias culturales ligadas al nivel internacional. Esto es importante porque se detectó una laguna de información para analizar la cultura a nivel de los individuos que realizan negocios internacionales.

⁹ Véase Camarena y Tunal (2008); Tunal (2007) y, Tunal y Camarena (2007).



Desde nuestra perspectiva, el enfoque metateórico en sociología puede ser un instrumento muy útil para ser empleado por los académicos de los negocios internacionales para hacer análisis de las dinámicas culturales. A menudo, la cultura es una variable que se deja de lado de los fenómenos organizacionales y pocas veces es contemplada, aún cuando ésta es una de las expresiones organizacionales que median en la realización de los negocios. En este orden de ideas, los estudiosos de las organizaciones podrán utilizar los recursos teóricos disponibles tanto a nivel macro social como en un nivel micro social, para analizar las diferencias culturales en negocios internacionales que permitan a llegar a los objetivos planteados por las gerencias.

Se propone que la metateoría no solo podría servir a los estudiosos de los negocios internacionales como un asunto prescriptivo que ayude a evitar los choques culturales entre los negociadores, sino también como una herramienta metodológica y teórica que dé mayor amplitud al aparato teórico de los saberes administrativos.

Como se ha planteado, la cultura es un elemento que existe en todos lugares y se manifiesta de una diversidad de formas, dependiendo de un gran espectro de variables, por lo tanto la valoración en términos llanos de buena o mala, de mejor o peor, es insostenible. La diferencia es el contexto natural en el que se encuentra la cultura. No existe una preeminencia de una o de otra, lo único que existe es la variedad. Si los empresarios desean entablar relaciones comerciales exitosas, deben partir desde las diferencias culturales en pos de las coincidencias, y de esta manera establecer vínculos lo suficientemente fuertes para la construcción y la creación de eslabones productivos. Y una de las tantas formas de llevar a cabo lo anterior es el replanteamiento de las entelequias sobre la cultura organizacional y el reconocimiento de que las variables culturales que estructuran una organización no son unívocas.

Corolario

El desarrollo de la metateoría en las ciencias sociales representa un salto para superar los constantes límites de los paradigmas tradicionales. Al experimentar con perspectivas enriquecidas que se componen de conceptos de distintas fuentes, la metateoría es capaz de responder de manera más adecuada a los complejos escenarios que se presentan en la realidad organizacional.

Uno de estos escenarios se da en las relaciones comerciales que se establecen entre personas que pertenecen a entornos culturales distintos. En los



contextos de los paradigmas de estudio cerrados, los resultados son un tanto limitados debido a la falta de una apertura en la forma de estudio.

La cultura analizada desde una perspectiva metateórica arroja resultados capaces de captar desde la interacción cara a cara hasta las connotaciones sistemáticas a las que responden las personas dependiendo de sus estructuras culturales.

El ejercicio que en el presente artículo se hizo, no solo está orientado en términos prescriptivos en las dinámicas de los negocios internacionales, sino que también es una modesta invitación para que los estudiosos de las organizaciones fortalezcan los precarios marcos teóricos –si es que se les puede llamar así– que cobijan a las disciplinas administrativas por medio de la utilización de los marcos teóricos de disciplinas con mayor tradición. Éstas, desde el último cuarto del siglo pasado comenzaron a fortalecer sus estructuras epistémicas por medio de la trans y multidisciplinaria, las cuales son expresadas con propuestas teórico-metodológicas complementarias que minimizan las sinergias heredadas de las racionalidades universales que dominaron el conocimiento científico casi hasta finalizar el siglo XX.

Grosso modo, se sugiere a la metateoría como una alternativa para estudiar la importancia de la cultura en los negocios internacionales, lo cual podrá permitir un abordaje menos rígido que podría ayudar a la administración a transitar de la modelación a la problematización, y en consecuencia, a ocupar un lugar como saber científico.

Referencias Bibliográficas

- ADLER, Patricia et al. (1987). "Everyday life sociology", en Annual Review of Sociology, núm. 13, Washington, Annual Review Inc, 217-235.
- BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN (1968), La construcción social de la realidad, Buenos Aires, Amorrortu, 1-227.
- BOURDIEU, Pierre (1988). La distinción: criterio y bases sociales del gusto, Madrid, Taurus, 1-597.
- CAMARENA, María Elena y Gerardo TUNAL (2011). Los estudios sobre la cultura. Reflexiones en torno a las Teorías de la Cultura, Berlín, Editorial Académica Española, 1-74.
- ----- (2008). "El estudio de la vida cotidiana como expresión de la cultura",



en Revista del Centro de Investigación, Revista electrónica, enero - junio, vol. 8, núm. 29, México D. F., Universidad La Salle, 95-107.

- COLEMAN, James Samuel (1990). *Foundations of social theory*, Cambridge, Belknap Press of Harvard University Press, 1-993.
- ----- (1982). *The asymmetric society*, Nueva York, Syracuse University Press, 1-191.
- COULON, Alain (1988). *La etnometodología*, Madrid, Ediciones Cátedra, 1-141.
- DERVIN, Brenda (2003). *Sense-making methodology reader: selected writings of Brenda Dervin*, Nueva Jersey, Hampton Press, 1-267.
- GIDDENS, Anthony (2003). *La constitución de la sociedad, bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1-412.
- ----- (1997). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías comprensivas*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1-195.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1994). "Paradigmas teórico metodológicos en sociología de la cultura", en *Revista Mexicana de Ciencias Política y Sociales*, enero-marzo, núm. 155, México, D. F., Universidad Nacional Autónoma de México-División de Estudios de Posgrado, 51-68.
- GOFFMAN, Erving (1989). *La presentación del sujeto en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1-271.
- GUADARRAMA, Pablo y Nikolai PERELIGUIN (1990). *Lo universal y lo específico en la cultura*, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1-312.
- HELLER, Ágnes (1977). *Sociología de la vida cotidiana*, Barcelona, Ediciones Península, 1-213.
- JAMESON, Daphne (2007). "Reconceptualizing Cultural Identity and Its Role in intercultural Business Communication" en *Journal of Business Communication*, Nueva Jersey, julio, vol. 44, núm. 3, 199-235.
- KNORR-CETINA, Karin (1981a). *Advances in Social Theory and Methodology: Toward and Integration of Micro- and Macrosociologies*, Boston, Routledge & Kegan Paul, 1-325.
- ----- (1981b). *The manufacture of knowledge: An essay on the constructivist and contextual nature of science*, Oxford, Permagon Oxford, 1-189.
- KURZWEIL, Edith (1988), "El neoestructuralismo de M. Foucault", en *Análisis Cultural*, Buenos Aires, Paidós, 153-200.



- LECHNER, Norbert (1992). La búsqueda de la comunidad perdida: Los retos de la democracia en América Latina, en *Sociológica*, mayo-agosto, Vol./año 7, N° 19, México: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, s/p.
- LUNA, Antonio (1978). La sociología fenomenológica, México, D. F., Universidad Autónoma de México, 1-247.
- MAFFESOLI, Michel (2001). El instante eterno. El retorno de lo trágico en las sociedades posmodernas, Buenos Aires, Paidós, 1-196.
- MEDINA, Carlos (2007). "¿Qué son los estudios organizacionales?" en Universidad Eafit, Octubre-Diciembre, año/vol. 43, número 148, Medellín, Universidad Eafit. 9-24.
- PAZ, Alfonso (2005). "Problemas y perspectivas de la educación matemática universitaria", en Seminario de Enseñanza de las Ciencias Exactas y Naturales, Cali, Universidad Santiago de Cali.
- PETERSON, Richard A. (1979). "Revitalizing the culture concept", en *Annual Review of Sociology*, núm. 5, Washington: Annual Review Inc, 137-166.
- REQUENA, Félix (2000). "Hacia una perspectiva reticular de la teoría sociológica", en *Papers*, núm. 62, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 133-145.
- RITZER, George (2006). La globalización de la nada, Madrid, Editorial Popular S, A., 1-324.
- ----- (2001). Teoría sociológica moderna, Barcelona, Mc Graw-Hill, 1-768.
- ----- (1990). Teoría sociológica clásica, Barcelona, Mc Graw-Hill, 1-469.
- SCHÜTZ, Alfred (1993), La construcción significativa del mundo social, Madrid, Paidós, 1-279.
- ----- y Thomas LUCKMANN (2001). Las estructuras del mundo de la vida, Buenos Aires, Amorrortu, 1-315.
- TOLEDO-NICKELS, Ulises (2008). "El esquema metateórico de Ritzer desde la metodología de los programas de investigación" en *Cinta de Moebio*, diciembre, núm. 33, Santiago de Chile, Universidad de Chile, 204-218.
- TUNAL, Gerardo (2007). "Las nuevas formas organizacionales", en *Gaceta Ide@s CONCYTEG*, Revista electrónica, núm. 23, 30 de julio, México, D. F., Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Guanajuato (CONCYTEG).
- ----- (2005). "De la teoría de la organización a los estudios organizacionales", en *Gestión y Estrategia*, julio-diciembre, núm. 28, México, D. F., Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, 9-20.



- -----y María Elena CAMARENA (2012). Cultura y sociedad, Boyacá, Fundación Universitaria Juan Castellanos-Universidad Autónoma Metropolitana, 1-133.
- ----- (2007), "La cultura como objeto de investigación", en Tecsisecat. Revista electrónica de ciencias sociales, Revista electrónica, 2 de julio, vol.1, núm. 2, México, D. F., EUMED.net
- ----- (2007). "Conceptualizando la Cultura Organizacional", en Gestión Pública y Empresarial (GESPYE), segundo semestre, año 6, núm. 11, México, D. F., División de Gestión Empresarial del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, 30-54.
- ----- y Gabriel PÉREZ (2004). "Identidad ocupacional y género en Telmex: el caso de las operadoras de la Central San Juan", en Contaduría y Administración, enero-marzo, núm. 212, México, D. F., Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Contaduría y Administración, 49-75.
- WUTHOW, Robert et al. (1988). Análisis cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas, Buenos Aires: Paidós, 1-291.
- ZAPATA, Álvaro y Alfonso RODRÍGUEZ (2008). Gestión de la cultura organizacional. Bases conceptuales para su implementación, Cali, Universidad del Valle/Facultad de Ciencias de la Administración, 1-608.



Largas tiras y pequeñísimas piezas de tela de vibrantes colores, son cosidas a mano con diminutas puntadas sobre otra tela de fondo por las mujeres de la etnia kuna, originaria de la región montañosa del Darién, (Colombia y Panamá), para dar vida a las molas, estas hermosas piezas de artesanía indígena que gozan de renombre internacional.