

AUTO FINANZAS DE LOS ANDES **Empresa de Crédito Automotriz**

Javier Ramón Llanos

1. INTRODUCCIÓN

La empresa Auto Finanzas de los Andes, es una entidad especializada en ofrecer un servicio de crédito para financiar la compra de automóviles Volkswagen, Mercedes Benz, Audi y BMW, de primera, segunda y tercera mano. Su sede principal se encuentra ubicada en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, con sucursales abiertas en las ciudades más importantes de Venezuela, Bolivia, Chile, Uruguay, Colombia y Panamá.

Uno de los problemas más estudiados y que más preocupa a la semántica, es el que tiene que ver con la variabilidad del significado de los vocablos que puede ser producido por diversas causas. Una de las causas más comunes para que este inconveniente se presente en una situación comunicativa real, es que los interlocutores que participan provengan de áreas geográficas significativamente distanciadas por su modalidad de habla hecho que, además de preocupar a la semántica como uno de los niveles de análisis de las lenguas, preocupa también a la dialectología. Resulta que para que la comunicación pueda ser concretada, exige unas condiciones procesuales, las cuales están dadas por los interlocutores que participan, los códigos utilizados y la pertinencia o no de esos códigos (en el sentido de la entendibilidad) dentro de esa situación. Si, por algún motivo, uno de estos elementos clave no funciona, lo más probable es que la situación comunicativa no se lleve a feliz término.

El caso de Auto Finanzas de Los Andes, presenta una situación problema en tanto que, debido a la movilidad de operarios que vienen de distintas zonas geográficas del continente americano, se hace difícil establecer vínculos de comunicación que tanto para el locutor como para el interlocutor resulten totalmente entendibles. Cada operario, permeado por las formas

de habla de su zona de procedencia, encuentra una especie de piedra en el zapato al momento de establecer interacción, ya que, ocurre que los vocablos que en su zona determinada tienen tal significación, para los interlocutores procedentes de otras partes de América, el significado es totalmente distinto. La situación se agrava en la medida en que muchas de las palabras o vocablos utilizados provienen del habla coloquial, y pueden resultar siendo eufemismos para unos, groserías para otros o simple y llanamente insultos que están ocasionando un grave problema de comunicación en la empresa. Para este caso en particular, se trabajará con la propuesta teórica que plantean Watzlawick, Beavin, Jackson, de la pragmática de la comunicación. Haciendo un énfasis especial en el área semántica, que propone que, cualquier proceso de comunicación puede verse comprometido en la medida en que los actores estén enfrentados a los mismos significantes, pero estos significantes a su vez estén expuestos a una pluralidad de sentidos, otorgados por la praxis lingüística cotidiana.

Situación comunicativa

Se encuentran tres operarios de la empresa trabajando en la misma área, los operarios provienen de tres lugares distintos: Argentina, Colombia y Perú. El ambiente laboral hasta ahora ha sido bueno, pero empiezan las dificultades con la siguiente situación:

Operario Colombiano: (le pide un favor al operario peruano en los siguientes términos):

- “Quibo pues amigo, no tiene una bolsa que me preste para yo guardar estos bollitos que tengo aquí”

El operario peruano se resiente y responde:

- ¡Vaya a pedirle sus chuspadas a otro, colombita!

Entonces hay un breve cruce de manos. Interviene el operario argentino, en los siguientes términos:

- Che, a ustedes que les pasa camaradas, vení y andate colombita que con la agriura que este pibe trae, te la va a forrar o te la encaucha!

El colombiano, sale de la escena y el operario peruano le comenta al argentino:

- Escuchaste lo que me dijo este jilipanto, ¿vos sabés, vos sabés de qué me trata cascarudo?

El operario argentino responde:

- ¡A mí no me digás cascarudo, andáte y decíle cascarudo a la quete, que esa sí es más cascaruda que tú pibe! Y no te digo de más porque hasta bien que te tiraba...

En la siguiente tabla, ustedes verán el significado de cada uno de los vocablos problemas para cada operario.

VOCABLO	O. COLOMBIANO	O. PERUANO	O. ARGENTINO
Bolsa	Accesorio, casi siempre de plástico para guardar o proteger elementos de variada índole.	Eufemismo. Se utiliza la palabra para referirse al escroto, piel que recubre los testículos del varón.	Accesorio, casi siempre de plástico para guardar o proteger elementos de variada índole.
Bollitos / bollos	Envueltos comestibles hechos de maíz.	Eufemismo. Se utiliza la palabra para referirse a las heces fecales.	El vocablo no registra. Por contacto dialectal, pelea.
Chuspadas	En la costa pacífica colombiana, hace referencia a una bolsa. En otras zonas no registra.	Grosería. No específico. Se utiliza para hacer referencia a una tontería, pero tiene un alto nivel de agresividad.	El vocablo no registra.
Forrar	Tapizar (sinónimo).	Tapizar (sinónimo).	Llenar de... En este caso el contexto desambigua y deja claro que es de golpes.
Encauchar	Preposición + sustantivo, puede hacer referencia a proteger con caucho o a la actividad típica de los caucheros.	Eufemismo. Se utiliza la palabra para referirse a la acción de colocar un preservativo sobre el pene.	Eufemismo. Se utiliza la palabra para el equivalente de dejar algo con apariencia de caucho. El contexto desambigua y de igual manera deja claro los golpes.
Cascarudo	Poco usual. En la zonas donde se registra se usa como adjetivo despectivo.	Eufemismo. Se utiliza la palabra como un vocablo sinónimo de amigo, viejo, parcerero, etc.	
La quete	No registra.	No registra.	Adjetivo calificativo, se usa con fines despectivos para referirse a la mamá: la quete parió...
Tirar	Eufemismo. Acción de tener relaciones sexuales.	Eufemismo. Acción de tener relaciones sexuales.	Eufemismo. Tirar es dejar algo en mal esta estado, golpeado.

2. PROBLEMA

Auto Finanzas de los Andes es una empresa que lleva tres años en el mercado automotriz. Actualmente, se encuentra en un proceso de reestructuración administrativa y operativa, por lo cual ha implementado un plan de intercambio de personal calificado entre la sede principal y las distintas sucursales. Al igual que la mayoría de las empresas multinacionales, la empresa en mención presenta una estructura organizacional tipo piramidal, es decir, jerárquica. En la punta de la pirámide se encuentran ubicados los cargos administrativos y directivos, y en el centro y la base, cargos operativos de dos índoles: operarios especializados en las marcas de automotores que ofrece la compañía y operarios de mecánica automotriz.

El problema que se ha presentado en la empresa es el siguiente: debido a su actual reestructuración administrativa y operativa, y a los constantes intercambios de personal entre las distintas sucursales y la sede, se han fracturado algunos procesos de comunicación asertiva, ya que al intercambiar operarios de distintas zonas geográficas, cada uno de ellos llega con un caudal lingüístico irreconocible o incompatible con los demás operarios. La situación se agrava, en la medida en que muchos de los operarios que participan en los intercambios vienen de zonas geográficas – dialectales, que se identifican por el uso de ciertos rasgos lingüístico-idiomáticos particulares en su país de origen. Tal situación ha creado un caos comunicativo, debido a que, sobre todo en el nivel léxico semántico, los interlocutores difieren en el sentido otorgado a las palabras dentro de los procesos enunciativos.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Watzlawick, Beavin y Jackson son tres representantes básicos de la Escuela de Palo Alto¹. El camino de su realización investigativa posee una conceptualización esencial: la *interacción*. Por ello, las investigaciones

¹ Según Tereza García, en su libro Escuela de Palo Alto, (editorial Herdel, Barcelona, 2004.) Nos dice La escuela de Palo Alto -con un nombre de resonancia hispánica- es famosa en todo el mundo. Sus aportaciones a la investigación psicológica interesan a una variada gama de profesionales: el especialista en comunicación halla sugerentes orientaciones en los trabajos innovadores de Gregory Bateson, sistematizados y prolongados por Paul Watzlawick; el filósofo de las ciencias se inspira en el nuevo paradigma científico basado en la noción de información y en los conceptos surgidos de la cibernética; el terapeuta se da cuenta de que casi todas las corrientes nuevas de terapia familiar y sistémica tienen sus orígenes, más lejanos o cercanos, en el trabajo de los fundadores del Centro de terapia breve. Se puede afirmar que las ideas renovadoras elaboradas en Palo Alto han desbordado el marco estricto de su origen y se han propagado entre todos aquellos que, científica o profesionalmente, tienen que ver con la comunicación humana.

presentadas por estos autores están orientadas al terreno de las psicoterapias, por lo cual la mencionada escuela realizó muchos aportes en este campo donde no sólo se muestran los estudios en aspectos teóricos generales acerca de la pragmática de la comunicación humana, sino que igualmente se muestran observaciones prácticas, de casos que ilustran la teoría, por lo cual lo traemos como referente para los estudios aquí presentados.

Ahora bien, si la comunicación es una cuestión que se da como el resultado por medio del cual los seres humanos interrelacionan con su entorno social en el que existe, va mucho más allá de enviar un mensaje, es un asunto que envuelve respuestas, interpretaciones y réplicas, creando contornos significantes que van del emisor al receptor e inversamente.

Al ser un cambio de información, de saberes, comprensión, valores, concepción del mundo, además de sentimientos, situaciones contextuales específicas, etc. Es así como se dice que todo evento comunicativo tendrá su repercusión en la marcha de la organización. En las organizaciones se presentan heterogéneos paradigmas y niveles en la comunicación: interna, externa, informal, ascendente, descendente, etc., que se reúnen en torno de alguna concepción comunicativa.

El marco teórico que será trabajado para este caso particular está dado desde el modelo de la pragmática de la comunicación humana que proponen Watzlawick, Beavin y Jackson. Dicho modelo sugiere que el estudio de la comunicación debe estar dividido en tres áreas: la sintáctica, la semántica y la pragmática. Para este caso se ha propuesto el nivel semántico², pues como vimos en la descripción del problema, la situación que se está presentado en Auto Finanzas de los Andes, tiene que ver estrictamente con inconvenientes dados desde el nivel léxico – semántico en la estructura lingüístico – idiomática del español, que se ha fragmentado como modalidad dialectal en todo el territorio americano. Desde este nivel del modelo expuesto, los presupuestos que fundamentarán el estudio son:

1. Uno de los problemas de la semántica, como disciplina del lenguaje, está dado desde lo que han denominado los teóricos el problema de la *referencialidad*, en donde se argumenta que dos comunidades de habla igual pueden darle al mismo referente valores significativos distintos.
2. El significado constituye la preocupación central de la semántica. Toda información compartida presupone una convención semántica (es decir, que todos compartan los mismos códigos).

² Estudio del significado de los signos lingüísticos y de sus combinaciones, desde un punto de vista sincrónico o diacrónico. Definición tomada del Diccionario de la real Academia Española, Versión XXI. Así, pues, se entiende lo Diacrónico como los fenómenos que acontecen a lo largo del tiempo en oposición a los sincrónicos, que son los estudios de una lengua o un dialecto en periodos dados o específicos.

Bibliografía

- Costa, J. (2000). La Comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión. Barcelona: Paidós.
- Krieger, M. (2001) Sociología de las organizaciones: una introducción al comportamiento organizacional. Buenos aires: Prentice Hall.
- Sánchez Z. (2006). Modelos Y esquemas de la comunicación. Medellín: Universidad de Medellín.3.2 Bibliografía sugerida

Puede aumentar los elementos teóricos presentados, consultando las fuentes reseñadas a continuación:

- Hall. R. (1996). Comunicación. *Organizaciones: estructuras, procesos y resultados* (pp Stewart.179-198). México: Prentice Hall.
- Sánchez Z. (2006). Modelos Y esquemas de la comunicación. (Capítulo 2) Medellín: Universidad de Medellín.

4.

PREGUNTAS ORIENTADORAS

1. ¿Qué estrategias de gestión del conocimiento empresarial se evidencian?
2. ¿Cuáles son las relaciones contextuales que se evidencian entre los interlocutores?
3. ¿Cuál o cuáles son los inconvenientes más frecuentes que se presentan por incompatibilidad referencial (dialectal) de significación?
4. ¿Qué o cuáles estrategias comunicativas considera usted viables para la solución del problema?

