

Artículo Teórico

¿Por qué la filosofía no debe ceder la tematización de los conceptos de organización y gerencia a las ciencias de la gestión y la economía?+

¿Why philosophy should not yield the theming of organization and management to economic and management sciences?

Germán David Gómez Palacio ^{a*}

^a Universidad Cooperativa de Colombia, Medellín.

D A T O S A R T I C U L O

Para citar este artículo:

Gómez-Palacio, G. (2014). ¿Por qué la filosofía no debe ceder la tematización de los conceptos de organización y gerencia a las ciencias de la gestión y la economía? *Realitas, Revista de Ciencias Sociales, Humanas y Artes*, 2 (2), 17-21.

Palabras clave:

Filosofía, Organización, Gerencia.

Keywords:

Philosophy, Organization, Management

Historial:

Recibido: 17 de octubre de 2014

Revisado: 20 de noviembre de 2014

Aceptado: 1 de diciembre de 2014

*Correspondencia: Calle 5 N° 80c-125.
Apto 1309. Medellín, Colombia.

E-mail: german.gomez@campusucc.edu.co

⁺ Este artículo surge del curso “ética de las organizaciones” en el marco del doctorado en filosofía de la Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín 2014.

R E S U M E N

En tiempos en los que la modernidad nos arroja con un progreso rampante, es necesario darle el alcance suficiente a las disciplinas que se ocupan de lo que constituye lo humano, a saber: la subjetividad y los afectos en el ámbito institucional. En esta dimensión, la organización y la gerencia no son ajenas a tales sucesos por lo tanto, en esa medida, la filosofía, así como otros dominios pertenecientes al conocimiento humano, no pueden ceder la tematización de conceptos sobre organización a otras ciencias. Esto nos debe llevar a pensar que cuestionar el progreso de las organizaciones favoreciendo ante todo el sujeto, no es ir en contra del desarrollo, de la ciencia, tampoco del capitalismo; de lo que se trata es de darle a lo humano el estatuto primordial que le corresponde dentro de ese conjunto. Tal perspectiva, además de ser una obligación para todas las ciencias humanas y sociales, es un imperativo ético frente al cual, ni las humanidades, ni los humanistas pueden ceder.

A B S T R A C T

In times when modernity hits us with rampant progress, it is necessary to give enough scope to disciplines that address what constitutes human issues, i.e. Subjectivity and affections in the institutional level. In this dimension, the organization and management are not immune to such events; therefore, philosophy and other domains belonging to human knowledge cannot yield the theming of concepts of organization to other sciences. This should lead us to believe that questioning the progress of organizations favoring primarily the individual would not go against the development of science, nor capitalism; It's about giving humanity the primary status it deserves within that set. Such perspective, besides being an obligation for social and human sciences it's also an ethical imperative that neither Humanities nor Humanists can yield.

La noción del “concepto” como termino

La filosofía no puede resignar la tematización de conceptos a otras disciplinas como lo son las ciencias de la gestión y la economía. No puede ser de esa manera porque la producción y la puesta a prueba de los conceptos es su principal labor. La filosofía y los filósofos están para interrogarse sobre el sentido de la existencia humana, por lo tanto, el interés por los conceptos y su tematización es lo que da consistencia

a la filosofía y al que hacer del filósofo. Esta es quizá una razón que se encuentra en la esencia misma de la filosofía, en su ontogenia; el ser de la filosofía es la evidencia de la consistencia y del efecto del concepto, es decir que, la filosofía, al promover la acción en el mundo, lo hace por los efectos que produce el concepto y su tematización.

El mundo es un conjunto de conceptos, con ellos, sin duda alguna, la filosofía trata de elucidar los problemas de la existencia humana y aclara

dificultades frente a las cuales otras ciencias retroceden u optan por no tratar. El poder de los conceptos es lo que hace del mundo una sociedad, una cultura, un espacio habitable.

La palabra concepto viene de *conceptus* y se refiere a la idea que hace parte constitutiva del entendimiento. Para Delval (1996) un concepto es una unidad cognitiva de significado que tiene como fin comprender experiencias emergidas del entorno. La forma de expresar el concepto es a través de las palabras. Concepto y conocimiento son para Delval dos componentes que dan sentido a la experiencia humana y frente a las cuales el sujeto no tiene más opción que someterse.

La noción de concepto, se define por el sentido y el lenguaje. Tal y como lo plantea Deleuze “el sentido está siempre presupuesto desde el momento en que yo empiezo a hablar; no podría empezar sin este presupuesto” (2005: 27). Por lo tanto cuando se emite un concepto frente a algo, el sentido esta ya implícito y valida lo que denominamos el sentido conceptual. El sentido (*sentir=oir, sentir*) en tanto ontológico, se refiere a la realidad, a lo concreto del concepto.

El lenguaje es para la filosofía la naturaleza puesta al servicio del dialogo, de la discusión, de la polémica que hace posible filosofar (Hoffe, 2001). Para Wittgenstein (1929), el lenguaje además de ser el medio que permite visibilizar el pensamiento, es en esencia una forma de vida, pero también un instrumento, una forma de comunicación, es un conjunto variado de posibilidades.

De otro lado, semiólogos como Guiraud (1979), han definido el lenguaje como una capacidad que el hombre posee y que le permite describir los símbolos que constituyen la condición social del ser humano. Igual ocurre con Saussure (1945), quien argumenta el lenguaje como una facultad que tiene el ser humano para poder comunicarse.

Una de las características principales del lenguaje es que articula los cambios que presenta la humanidad; el lenguaje se transforma, adquiere nuevos atributos y se presta para instituir nuevos discursos (reglas, modas, formas de pensar que rigen cada cierto tiempo la sociedad humana). No en vano en el siglo XX la filosofía alberga la condición de los giros lingüístico, cultural y afectivo. Estos giros junto a la imagen imperan en la nuevas formas de ver el mundo determinando el post - modernismo.

De manera particular, el giro lingüístico es “la creciente tendencia a tratar los problemas filosóficos a partir del examen de la forma en que estos están encarnados en el lenguaje natural” (Acero, Bustos & Quesada 2001:15). Para esta nueva forma de asumir la filosofía, los problemas que se le presentan al filósofo hacen parte no solo de un objeto de estudio cuya elucidación pertenece a la filosofía de manera exclusiva sino que se comparte su análisis y se plantean soluciones junto con otras disciplinas tales como: la sociología, la antropología, la psicología, y el psicoanálisis entre otras.

Definir las organizaciones

Para Reyes (1994) el origen etimológico de la palabra organización viene del griego “*organon*” que significa instrumento. Teorías más recientes como la de Ahumada (2001) han definido la organización como

una unidad empresarial dispuesta a la producción. Desde otra perspectiva se concibe la organización como “la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre funciones, niveles y actividades de los elementos humanos y materiales de un organismo social, con el fin de lograr máxima eficiencia en la realización de planes y objetivos señalados con anterioridad” (Gómez, 1994: 191).

En cuanto a la definición de organización, se puede apreciar que en el origen etimológico de la palabra no se encuentra nada de lo que podamos denominar humano, nada, excepto que es un concepto formulado por humanos y que en tanto instrumento, habrá de utilizarse en y para los seres humanos. Al indagar un poco más allá en esa definición, hay que complementar diciendo que un instrumento es un objeto que sirve para el logro de un fin.

De la definición realizada por Gómez (1994) se deduce una postura que permite articular la concepción objetivista de la organización a un interés subjetivista de la misma. El concepto de organización así como su práctica, ha pasado de ser concebida como un objeto que viabiliza el logro de un resultado, a una unidad que articula en su dinámica las condiciones que requiere el sujeto dentro de la organización.

El desarrollo, la transformación, y las reflexiones hechas en torno a la organización se han presentado en términos que oscilan entre: valorar la producción sobre el factor humano y la intención de hacer primar lo humano sobre la producción, dos posiciones antagónicas que pugnan por obtener cierto dominio sobre la razón de existir de las organizaciones en el ámbito institucional. A todo esto hay que decir que actualmente existe, por supuesto, un inagotable interés de algunos sectores por hacer que la organización además de cumplir sus tareas en bien de la producción no relegue lo humano a tercera fila.

Surge aquí un interrogante. *¿Después de tanto tiempo de reflexión sobre la importancia de lo humano en las organizaciones es necesario insistir en ello para que sea prioridad en las instituciones?*

Los estudios evidencian que la defensa de lo humano en las organizaciones debe ser como la de una causa, es decir, es una tarea permanente, es una labor que no cesa y requiere de un compromiso decidido. Así lo ha entendido el mundo académico, en especial las universidades e institutos de formación avanzada, quienes dejan entrever en sus metas de formación el tratamiento prioritario que dan a lo que se denomina factor humano. Es corriente observar como algunas facultades cuya esencia ha sido el materialismo, la operatividad, e incluso el descrédito por lo humano en las organizaciones, hoy utilizan como slogan la importancia de la calidad de vida de los empleados y sobre esa consideración han transformado el clima laboral de sus empresas lo que ha hecho variar el ambiente físico de trabajo, los estilos de relación entre empleados y jefes así como otros componentes que inicialmente determinaron el origen mismo de la organización.

Sobre la gerencia en las organizaciones

La definición de gerencia está asociada a la capacidad que tiene un sujeto de liderar una organización. El término “Gerencia”, designa un conjunto de funciones tales como: planear, coordinar, representar legalmente una institución, entre otras. Hay varios tipos de gerencia dependiendo de las

organizaciones y es por ello que su definición es amplia, compleja y para muchos inexacta.

Una definición aproximada de gerencia, es la que concibe al acto de gerenciar como la función que desempeña una persona cuya tarea principal es la orientación de la empresa para el logro de los objetivos propuestos. Ese empeño, esa labor de liderazgo se lleva a cabo a partir de la ejecución eficaz de planes de trabajo elaborados previamente por la organización (Schvarstein, 2003).

La definición de gerencia entraña la capacidad innata o adquirida de liderazgo que debe poseer un gerente. Para Crissien (2005) el gerente más que un funcionario encargado de dirigir y plantear estrategias de desarrollo al interior de la empresa, es el "cerebro" de una organización que tiene el compromiso de hacer que sus empleados cumplan una misión más por voluntad y compromiso individual que por presión laboral. Es en ese sentido que se entiende la función de un líder (gerente) en las empresas.

Hay un nexo casi natural entre la gerencia y la necesidad humana de ser gerenciados lo que supone que la figura del gerente en las organizaciones no es un capricho burocrático sino que es una necesidad que hay que suplir. Las características de una gerencia deben estar alineadas no solo a la logística, a la producción, al marketing, a las estrategias empresariales que buscan expandir las empresas, sino también a lo que podría ser llamado el arte de gerenciar.

Frente al argumento que plantea la idea de la gerencia como un conjunto de acciones complementarias a las necesidades humanas en una organización, hay que avisar de la difícil tarea que ello implica, pues si bien el gerente representa el ideal de casi todo empleado en la escala de realización personal, carga con el peso de la responsabilidad. Así lo hacía ver Ortega y Gasset [1] cuando afirma que el gerente es la pieza fundamental, el factor que está en primer término, pero sobre quien a la vez recae una enorme responsabilidad. Para el filósofo, sobre la figura del gerente, se posan todas las ventajas que la sociedad actual está en capacidad de ofrecer, pero, al mismo tiempo, le atribuye a esa figura los impactos que de ellas son emitidos. Esta consideración lleva a pensar que la figura del gerente representa una labor ardua que requiere de personas que posean criterios que les permitan ejercer actos de bondad y dureza frente al medio, esto porque su rol no es solo el de dirigir acompañado de privilegios sino también el de soportar las adversidades del sistema. Esto explica por qué frente a la figura del gerente actual el sentimiento no es siempre de admiración sino a veces de compasión.

Sin embargo y de manera natural, hoy emergen un sin número de estilos gerenciales que buscan atenuar el malestar de su labor y buscan hacer del acto de gerenciar un trabajo más placentero, menos mortificante; pero es evidente que para tal logro la lucha no solo es contra las actividades diarias que dificultan la labor sino también contra la tradición totalitaria empresarial, esto es, la teoría, los lineamientos de carácter histórico que regulan la gerencia y que hacen pensar que la forma de conducir una empresa es solo y por la vía del sufrimiento.

La escuela que ha formado a más de un gerente en Colombia y Latino América, ha constituido un "discurso gerencial" particular cuya misión es confusa en relación con la idea que se tiene sobre las

humanidades. Dicho en otras palabras; la concepción que posee el gerente sobre su labor en la organización es imprecisa en tanto aún se puede afirmar sin mayor riesgo a equivocarse, que la visión organizacional no prioriza la condición humana de los empleados sobre los planes de acción.

En sí misma la función productiva de la organización no es mala, así como el dinero no es pecaminoso, ni la pulsión es un empuje humano que deba ser condenado. El objetivo de resignificar la organización desde una dimensión humana, de discutir sus alcances y empeños, es más una acción que lleva a ajustar las instituciones a las necesidades del hombre. Se trataría más de ensamblaje, de articulación, de re - significación de la organización en relación con las necesidades del sujeto.

Sin duda las organizaciones son presa fácil de lo mismo que acecha a los seres humanos, es decir, del interés que suscita el consumo, el materialismo, el acto fácil de reducir el deseo a la pura demanda de objetos. Frente a ello hay que argumentar que un gerente debe resignificar su lugar frente a tales consideraciones, principalmente porque al ser la organización una unidad compuesta por sujetos, por seres humanos, es predecible la naturaleza de todo lo que de ella deriva; es una especie de sentencia: *lo que está hecho por humanos exige un sentido desde lo humano*. Es una regla básica y lógica pero ignorada. Las organizaciones y la gerencia son dos conceptos elaborados a partir de las fibras que tejen lo humano. La existencia de ambas, organización y gerencia no es posible sin ese vital complemento. Sin embargo y a pesar de esa realidad, es una razón que no opera como debería en el medio empresarial pues se ven acciones tendientes a separar la innegable presencia de lo humano como sustancia de una empresa.

Martínez (2007) llama la atención a esta lógica cuando plantea desde los paradigmas de la investigación la posición del sujeto frente al mundo. De manera precisa afirma que el problema del hombre frente al objeto de conocimiento no es el objeto en sí, sino la reducción del ser humano a este. Heidegger (1994) debate esa realidad y argumenta que la técnica no puede dominar el hombre sino que el escenario en el que se desenvuelve la ciencia debe estar determinado por un dominio del hombre sobre la máquina.

Ese tipo de debates que resultan ser para algunos abanderados de la organización palabrería salida de contexto, son el foco de análisis de filósofos, psicólogos y humanistas que relanzan sin parar la fórmula, según la cual, se debe proteger la esencia humana frente al sentimiento voraz del consumo que hace de los hombres y de las instituciones agentes promotores de su propia degradación.

La filosofía, la gestión y la economía

Es evidente que al definir la gestión organizacional como la actividad principal que busca manejar los recursos esenciales para el logro de los objetivos de una empresa; y al concebir la economía como el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuir las entre los diferentes individuos (Samuelson & Nordhaus, 2006), las organizaciones no pueden ser tematizadas sino como unidades dispuestas exclusivamente al servicio de la producción. Por lo tanto, esa lógica aparentemente efectiva que

“determina” el sentido de la organización, hace difícil el maridaje entre esta última (la organización) y la visión humana. Tal división representa dos sustancias que difieren la una de la otra: la primera la constituye la gestión y la economía que están al servicio de la producción. Y la segunda se define por lo que compone lo humano. Son dos sustancias diferentes que revelan el por qué la filosofía no puede delegar a la gestión y a la economía la tematización sobre la organización y la gerencia.

En este punto de discusión, cabe hacerse una pregunta un poco más profunda sobre la esencia de la gestión y la economía (primera sustancia) y lo humano (segunda sustancia): *¿que da sentido a la primera y segunda sustancia?* Foucault (2002) propone un término que me parece conveniente traer a esta discusión; es el poder, y agregaría, el poder que se quiere ejercer sobre el consumo.

El poder para Michel Foucault emerge a través de nuestras experiencias, lo que indica que es constitutivo de la vida humana. Es así como todo sujeto estaría atravesado por relaciones de poder. Foucault indica además, que el poder funge como estrategia en un momento particular de la historia, lo que obliga a pensar que en torno a él hoy se siguen configurando todo sistema de organizaciones. Tal afirmación sugiere por lo tanto, que la naturaleza de la gestión y la economía responden a los fines del poder que evidenciamos en la vida cotidiana como poder sobre los bienes de consumo.

La segunda sustancia estaría compuesta por lo que denominamos lo humano, que se puede rastrear de manera general en varias teorías y enfoques. Algunos de ellos son: el tipo humanismo que puede encontrarse en Heidegger, en Marx, en Sartre, en la religión, e incluso en Freud. Estos pensadores tienen en común que el punto de partida es el ser humano. En ellos el sujeto es el centro de discusión; es el ser ahí, el individuo concreto, el ser existencial, el hombre como templo sagrado y el sujeto del inconsciente. La diferencia entre ambas sustancias es que en la primera el hombre es un elemento más de análisis y el centro es el poder; en la segunda el hombre es el centro y el poder es contingente. El poder para cada uno de los autores que interrogan en algún momento de sus trabajos la noción de humanismo es una referencia tenida en cuenta, pero no es punto de partida. El sentido que genera en una organización el estilo gerencial, la primacía de una u otra sustancia es determinante para el destino de la organización. Ambas sustancias están presentes, eso no tiene discusión, de lo que se trata es de crear un canal que las acompañe.

La figura del filósofo en las organizaciones

El papel del filósofo en las organizaciones apunta al ejercicio de una “filosofía aplicada”. *¿Y cómo se hace? ¿Que constituye la aplicación de la filosofía?* Es una tarea compleja que nos habla de la lucha por la causa del filósofo. Es también la puesta en escena de todo lo que implica ser filósofo y hacer de la filosofía un medio para combatir el monopolio de la primera esencia (Gestión y economía).

Un discurso que ha colonizado una organización debe combatirse no con estrategias que denigran del discurso imperante sino implementando otro discurso que penetre el interés de las organizaciones y de la cultura del consumo.

Cuando la filosofía resigna su intervención en las organizaciones, hace de los conceptos un alimento exclusivo para nutrir el narcisismo del filósofo, empuja la filosofía a la decadencia y somete a los avatares económicos del sistema. La esencia de la filosofía riñe con el interés de excluir al sujeto sobre su destino y lugar en el mundo. Eso es lo que constituye la causa a la que el filósofo se adhiere en las organizaciones. Siendo estrictos en este sentido, se diría que el filósofo no debe ceder un centímetro en el combate que libran quienes ven en el sujeto la razón de ser de toda existencia.

Pero hay que volver a las preguntas para intentar responderlas. Una filosofía aplicada la constituye la constancia que pone el filósofo, su insistencia, que es también la valentía de introducir su discurso en las organizaciones. Sin lugar a dudas esta disposición encontrará terrenos más abonados que otros para hacerse efectiva.

Al respecto y de manera paradójica, Lyotard (1996) afirma que la dificultad para que la filosofía opere, está más en su discontinuidad, en la capacidad que tiene la propia filosofía de estar ausente, en una crisis del deseo del filósofo (p.32). Desde esa postura se puede colegir que la filosofía tematiza y no resigna ese lugar a ninguna otra ciencia cuando inicialmente el filósofo está convencido de su deseo y este le orienta a hacer valer su lugar ante el mundo y de cara a la organización. La tarea no es fácil, por ello tiene rostro de causa. Las dificultades que encuentra el filósofo son pesadas, de gran consistencia, son las que se entretejen en la primera sustancia y que aunque parecen causar cierto hastío se sostienen firme en sus intereses. Para muchos es evidente que el filósofo en su empeño por tematizar sobre las organizaciones se enfrenta a “su posible muerte”. Es por ello que el filósofo en ese contexto debe ser hábil y no renunciar, no ceder frente a los riesgos.

Una de las amenazas que representa el filósofo para la sociedad y principalmente para las organizaciones, es que este da soporte a la falta, al vacío. Lyotard lo recalca cuando afirma que se le puede impedir al filósofo que esté presente con su falta (p.32). Pero *¿que podrá implicar esta afirmación en Lyotard?* Una de las interpretaciones, es que la sociedad y las organizaciones temen el semblante de verdad que encarna el filósofo. Para Lyotard, la realidad conlleva en sí una verdad de la cual no se quiere saber, pero que se debe insistir en su búsqueda; esa intención de omitir la verdad que se esconde en los vínculos que establecemos da un sentido a las organizaciones; el menosprecio por lo humano, el relativo esmero de las organizaciones por la dignidad humana es el ejemplo de una verdad que no se reconoce.

En la misma vía Lyotard afirma que el filósofo trabaja para cambiar esa realidad, no para sostener el crecimiento o el desarrollo. En ese punto hace una comparación entre el político actual y el filósofo. El primero se esmera por mantener el equilibrio a costa de impedir la verdad de lo que es real y el segundo trabaja para que la verdad emerja en la realidad, para que no esté al margen (p.33). *¿Pero de que verdad se trata?* En relación con esta pregunta Lyotard acude a Marx para así poder decir que el trabajo del filósofo está en la acción transformadora, porque según Marx, el mundo tiene la tendencia a ser transformado. La verdad no revelada para Lyotard es la que hace que el

mundo continúe su búsqueda y exige del filósofo una permanente participación en la construcción del devenir de una sociedad y por supuesto de una organización.

El rol que juega la filosofía y el filósofo en el discurso actual de la organización, nos remite a la necesidad de seguir conceptualizando sobre el problema planteado, esto es, sobre lo que es vivido como un interés por erradicar todo lo que indique subjetividad y humanidad en las organizaciones. La filosofía debe, además de conceptualizar, hacer de sus postulados una praxis. La tarea del filósofo no puede consistir solo en la formulación de ideas muy elaboradas las cuales de manera sutil enlazan pensamientos y fundan escuelas. Su labor debe consistir en resolver problemas de la vida cotidiana dentro de los cuales caben los que se producen en la organización.

En un mundo contemporáneo, en el que la velocidad de sus cambios, en el que el vértigo del progreso parece ir más rápido que el pensamiento humano, surge la posibilidad de reflexionar sobre el lugar que le corresponde al hombre en las organizaciones. La aplicación de la tecnología a las ciencias de la gestión y la economía, no puede hacer que estos dos campos científicos incidan directamente en las empresas modificando la naturaleza de la organización.

Reconociendo la importancia del progreso, al valorar el impacto de los avances científicos y tecnológicos que son aplicables a las organizaciones, los esfuerzos de la filosofía deben estar encaminados a pensar estrategias que convoquen a todas las profesiones comprometidas en el desarrollo empresarial para elaborar líneas de trabajo que proyecten desde el pensamiento filosófico un lugar digno del ser humano en sus lugares de trabajo. Esta tarea sería una labor mucho más fácil si hábilmente la filosofía usa los avances científicos y tecnológicos actuales en bien de su propósito. Ello indica, que la filosofía no se excluye de los avances científicos sino que se apoya en ellos, los hace útiles a sus propósitos.

Conclusión

La labor de la filosofía debe apuntar a las demandas del medio sin perder su esencia. En la medida en que la filosofía tematiza conceptos, hace de las empresas espacios que posibilitan la inclusión del sujeto y sus necesidades en el devenir de la organización. El esmero de la filosofía que en este sentido constituye una "causa", no solo compromete a la filosofía como discurso sino también al filósofo.

Ceder la tematización de las organizaciones a las ciencias de la gestión y la economía, conduce a que el lugar de lo humano siga condicionado a los designios de la producción más no a las necesidades del sujeto. Es en esa perspectiva que las ciencias humanas y en particular la filosofía, tienen el deber ético de introducir su dominio filosófico, bien sea para revertir el orden de las organizaciones o bien sea para cuestionar su quehacer en las empresas.

El tipo de organización tradicional que plantea la gestión y la economía, riñe en lo fundamental con la propuesta filosófica, pero es necesario crear acuerdos temáticos que logren elaborar

un puente entre uno y otro dominio, es decir, entre el lugar del sujeto en las organizaciones y la misión productiva de una institución. Como se dijo al inicio del artículo, la idea es acompañar ambos discursos, para lo que es necesario tematizar filosóficamente hablando la organización.

La figura del filósofo en las organizaciones es vista como la simbolización de lo que ha sido para el progreso un asunto problemático. Esto es que el sujeto, la humanidad en su universo, está marcada por rasgos que no benefician el crecimiento de las empresas, es decir que, para garantizar la marcha de una organización es necesario atender los designios de la generalización mas no la condición subjetiva del empleado. Y es allí donde emerge la necesidad de construir estrategias, de tender vías que articulen lo uno a lo otro, de hacer confluir en lo posible, la necesidad económica de la empresa y la condición particular del ser humano.

Referencias

- Acero, J., Bustos, E. & Quesada, D. (2001). *Introducción a la filosofía del lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- Ahumada, L. (2001). *Teoría y cambio en las organizaciones*. Valparaíso: Universitat de Valparaíso.
- Crissien, J. O. (2005). Gerencia del siglo XXI "Liderazgo basado en el desarrollo de competencias". *Revista-Escuela de administración de negocios*, 54, 59-83.
- Deleuze, G. (2005). *Lógica del sentido*. Buenos Aires: Paidós.
- Delval, J. (1996). *El desarrollo humano*. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, M. (2002). *El sujeto y el poder*. Santiago: Escuela de filosofía Universidad de Arcis.
- Gómez, G. (1994). *Planeación y organización de empresas*. México. D.F: McGraw-Hill.
- Guiraud, P. (1979). *La semiología*. Barcelona: Siglo XXI Editores.
- Heidegger, M. (1994). *La pregunta por la técnica*. Barcelona: Serbal.
- Hoffe, O. (2001). *Breve historia ilustrada de la filosofía*. Barcelona: Península.
- Liotard, J.F. (1996). *Cuatro Conferencias*. Buenos Aires: Paidós.
- Martínez, M. (2007). Paradigmas emergentes y ciencias de la complejidad. *Opción*, 27 (65), 45-80.
- Reyes, A. (1994). *Administración moderna*. México: Limusa.
- Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2006). *Economía*. Madrid: McGraw-Hill.
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- Schvarstein, L. (2003). *La inteligencia social de las organizaciones*. Buenos Aires: Paidós.
- Wittgenstein, L. (1929). *Tractatus Logico-Philosophicus*. Madrid: Alianza.

Nota Marginal

1. Conferencia en el congreso organizado por el British Institute of Management, sobre "The contribution of Management to European Prosperity" y celebrado en Torquay en octubre de 1954.