

LA FAMILIA, GRUPO SOCIAL PERMANENTE EN LAS ORGANIZACIONES DESDE UNA PERSPECTIVA PSICOANALÍTICA

THE FAMILY, PERMANENT SOCIAL GROUP IN ORGANIZATIONS FROM A PSYCHOANALYTIC PERSPECTIVE

ANTONIO BECERRA-HERNÁNDEZ¹,
DIEGO EDUARDO MENÉNDEZ-FIERROS¹ Y
FABIOLA DE JESÚS MAPÉN-FRANCO¹

Cómo referenciar este artículo/How to reference this article:

Becerra-Hernández, A., Menéndez-Fierros, D. E. y De Jesús Mapén-Franco, F. (2019). La Familia, Grupo Social Permanente en las Organizaciones desde una Perspectiva Psicoanalítica [The Family, Permanent Social Group in Organizations from a Psychoanalytic Perspective]. *Acción Psicológica*, 16(2), 91–102. <https://doi.org/10.5944/ap.16.2.25383>

Resumen

La familia, desde los Estudios Organizacionales, no es considerada como una organización, al no contar con elementos básicos que ésta requiere: conjunto de personas y grupos asociados para producir bienes o servicios, entre otros. Sin embargo, desde una perspectiva psicoanalítica, la investigación buscó mostrar que diversos factores existentes en las organizaciones formales, implícita o explícitamente, coexisten como parte de éstas y se encuentran estrechamente relacionados con elementos introyectados de origen por el sujeto a partir de la familia.

Bajo una perspectiva metodológica de corte cualitativo, se realizó un estudio de caso en una empresa familiar de laboratorios clínicos. Los hallazgos indican que los integrantes, familiares consanguíneos o no, pueden reproducir conductas y comportamientos en espacios organizacionales familiares y establecer lazos afectivos, además de colaborar en los objetivos económicos esperados. Se concluye que la familia debe ser reconocida como la base nutricia socialmente de cualquier organización, para profundizar en su conocimiento, influencia e impacto en las organizaciones humanas.

Palabras clave: Familia; Organización; Estudios organizacionales; Perspectiva psicoanalítica.

Correspondence address [Dirección para correspondencia]: Antonio Becerra Hernández. Universidad Juárez Autónoma de México, México.

Email: becerra_antonio@hotmail.com

ORCID: Antonio Becerra Hernández (<http://orcid.org/0000-0001-5112-7608>), Diego Eduardo Menéndez Fierros (<http://orcid.org/0000-0003-0141-4750>) y Fabiola de Jesús Mapén Franco (<http://orcid.org/0000-0002-8436-4615>).

¹ Universidad Juárez Autónoma de México, México.

Recibido: 16 de agosto de 2019.

Aceptado: 13 de noviembre de 2019.

Abstract

The family, from the Organizational Studies, is not considered as an organization, since it does not have basic elements that it requires: a group of people and associated groups to produce goods or services, among others. However, from a psychoanalytic perspective, the research sought to show that various factors existing in formal organizations, implicitly or explicitly, coexist as part of them and are closely related to introjected elements of origin by the subject from the family. Under a qualitative methodological perspective, a case study was conducted in a family business of clinical laboratories. The findings indicate that members, blood relatives or not, can reproduce behaviors and behaviors in family organizational spaces and establish emotional ties, in addition to collaborating on the expected economic objectives. It is concluded that the family must be recognized as the socially nutritious basis of any organization, to deepen their knowledge, influence and impact on human organizations.

Keywords: Family; Organization; Organizational studies; Psychoanalytic perspective.

Introducción

La familia ha sido tema de estudios desde diversas disciplinas, tales como la psicología, el psicoanálisis, la sociología, la filosofía, la antropología, el derecho, entre otras. Sin embargo, desde la perspectiva de los Estudios Organizacionales (EO), la misma entidad ha corrido con una trayectoria distinta al no ser considerada una organización en el sentido estricto de la palabra, aludiendo, entre otras condiciones, a su carencia de rasgos formales y propósitos preestablecidos para las organizaciones plenamente constituidas en esa modalidad. Es más difícil ejercer la autoridad con los miembros de la familia, derivado de la posible confusión de los roles que se desempeñan al interior de la familia y de la empresa, además de las diversas presiones laborales que en ocasiones ejercen una tensión desmesurada en las relaciones familiares (Ayala, Ochoa y Jacobo, 2017, p. 17).

El propósito principal es señalar que diversos factores existentes en las organizaciones formales implícita o explícitamente coexisten como parte de éstas; más aún, que le dan origen y sustento a su creación y permanencia, ya que son parte de la propia labor del hombre y de su paso por lo social, en el sentido más amplio del término.

A través de un estudio de caso, esta investigación tiene como pregunta-objetivo describir qué aspectos de la vida familiar son trasladados a la organización, cómo son trasladados y qué consecuencias tienen, reconociendo a la familia como un elemento social, cuyo impacto, en la constitución sociopsicológica del individuo, tiene una trascendencia vital a lo largo de su existencia.

Familia

La Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana, señala que el término familia procede del latín familia, derivación de famulus, siervo. Gente que vive en una casa bajo la autoridad del señor de ella. Número de criados de uno, aunque no vivan dentro de su casa. Conjunto de ascendientes, descendientes y colaterales de un linaje. El término aplica a una asociación de personas unidas por el vínculo de la sangre y que viven bajo el mismo techo. Conjunto de las personas procedentes de un mismo tronco, de una misma sangre, vivan o no reunidas bajo un mismo techo. Conjunto o reunión de personas que tienen un mismo origen o iguales intereses.

Empresa Familiar

Para Barroso, Sanguino y Bañegil (2012, p. 63), la empresa familiar se caracteriza porque los integrantes de una misma familia pueden influir de manera importante en la dirección y control estratégico de una empresa, gracias a que son propietarios de una parte de ella, comparten una visión de crecimiento y, además, aspiran a que sus descendientes la continúen. De la Garza, Lorente y García (2006, p. 61) definen a la empresa familiar como la entidad en que los sistemas familia y empresa están entrelazados y sus integrantes participan en la dirección, toma de decisiones y en el capital; prevaleciendo el deseo de prolongar generacionalmente el negocio. Galve y Hernández (2015, p. 41) mencionan que el modelo de propiedad de una em-

presa familiar está a cargo sólo de algunos accionistas-gerentes, cuyas decisiones son dadas a partir de una visión a largo plazo, y su creación da cuenta de un «enraizamiento» comunitario específico, en el que aquellos logran alcanzar una importante posición y reputación social.

Aproximaciones a la Familia desde el Psicoanálisis

Gaspari (2000, p. 26), establece que la práctica clínica dio cuenta paulatinamente de que el sujeto era atravesado por otras historias y que su padecimiento podía tener sus orígenes en las interrelaciones de grupos, tales como la familia. Esto abrió la puerta para la construcción de nuevas teorizaciones, con perspectivas distintas, más no excluyentes, en la búsqueda de explicaciones complementarias.

Asimismo, la regulación de las relaciones conyugales y el aseguramiento de la familia monogámica cobran un especial interés, por lo que el binomio Estado-Iglesia, como entes sociales moderadores, ha jugado un papel determinante. Al respecto, según Roudinesco (2004, p.105), al llamado matrimonio, acompañado de amor y pasión, vínculo al cual podían estar destinados los amantes, hubo que asignarle tareas específicas relacionadas con la economía y la instrucción, pasando a ser una regla moral civilizada cuyos resultados llevara consigo beneficios rentables a la «familia industrial»; canalizándose, entonces, la energía libidinal hacia otras actividades desexualizadas.

Para Roudinesco (2004, p. 120) hay una familia que se está gestando desde ahora, le nombra la 'familia venidera'. Esta puede ser y son formas y familias distintas a las actuales. El modo de familia tradicional (padre, madre e hijos) se ha modificado. Beck-Gersheim (2003, p. 25), cuestiona y responde "¿qué vendrá después de la familia?, la respuesta es sencilla, vendrá la familia". La familia no se ha terminado, ni se terminará. Los ajustes se harán como hasta ahora se han realizado. La familia ha evolucionado y quienes la integran no son ahora únicamente las personas consanguíneas; ella es más que sólo aquella que procura el sustento alimenticio; la familia es la que en condiciones simples o complejas puede dar al individuo una seguridad psicológica, un rasgo de pertenencia.

La Organización como ente social

Para Lévy (2006, p. 204), la organización, considerada como una unidad sociológica, se define como un conjunto de personas y grupos asociados para la realización de objetivos de producción de bienes o servicios, o con fines de un orden cultural (religioso), agrupando sus recursos y sus medios. Montaña (2004, p. 5) advierte que la organización es un espacio social complejo en el que se entrelazan distintas lógicas de acción y diversos actores con intereses e interpretaciones del sentido institucional diferentes, acompañados de ilusiones, fantasías y angustias. La parte visible de las organizaciones está reflejada en los objetivos y estructuras formales, en los reglamentos, en los organigramas y en los planes; sin embargo, advierte que el verdadero significado de la organización se encuentra en un plano latente y no a simple vista, e invita realizar un esfuerzo académico para dar cuenta de ello.

Acercamientos a la Organización empresarial desde una perspectiva psicoanalítica

Oglensky (1995, p. 1044), afirma que el sujeto reproduce patrones que tempranamente introyecta. Las figuras de autoridad de los lugares de trabajo no son «pantallas en blanco», son agentes interactivos con sus propios estilos emocionales y necesidades de relación. Por lo tanto, las proyecciones transferenciales de los empleados, deseos y conflictos se pueden igualar con las que fueron emocionalmente significativas en las primeras etapas de sus vidas.

Mendel (1996, p. 35) manifiesta que la personalidad del individuo se constituye a partir de una doble estructuración: la personalidad psicofamiliar y la personalidad psicossocial. La primera personalidad se construye durante la infancia, particularmente a partir de las identificaciones con los padres y del conflicto edípico. A su vez, la personalidad psicossocial se desarrolla a partir del ejercicio de la apropiación del propio acto; es decir, cuando el individuo encuentra la realidad social bajo diversas formas y entonces se produce una confrontación que no es forzosamente violenta.

Moxnes (1999, p. 1427) señala que la familia es el equipo original y la organización más elaborada y desarrollada para manejar incluso las tareas más complicadas que un ser humano puede enfrentar. Ninguna otra organización es tan complicada como la familia.

Método

El diseño de la investigación fue cualitativo, no experimental, transversal y de tipo descriptivo, empleando como herramientas la entrevista semiestructurada y la observación participante (Rodríguez, Gil y García, 1999, p. 92). Se muestran algunos fragmentos transcritos de entrevistas grabadas bajo el consentimiento informado, con los propietarios y algunos empleados de la empresa familiar objeto de estudio, además de los enunciados de visión y misión empresarial que forman parte de su estrategia de comunicación, para su análisis e interpretación.

La organización empresarial de laboratorio de análisis clínicos se fundó en 1963, en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, México. Cuenta en su planta laboral con profesionistas de diversas formaciones académicas: químico farmacobiólogo, ingeniería química, biología, mercadotecnia, informática, recursos humanos, administración y publicidad, entre otras disciplinas. Su plantilla está integrada por 70 empleados formalmente contratados, quienes se encuentran distribuidos entre la casa matriz y las sucursales. Los integrantes que formalmente representan a la familia empresarial son cinco: el dueño fundador, sus dos hijos y sus respectivas esposas, todos ellos con estudios de químicos farmacobiólogos.

Resultados

Se presentan fragmentos de entrevistas realizadas y la observación dentro de las instalaciones de la empresa familiar objeto de estudio, permitieron hacer algunas interpretaciones.

Era el comienzo de un maravilloso sueño, que a lo largo de más de 50 años se ha cristalizado en una trayectoria de logros y éxitos, aunado a un inquebrantable afán de trabajo y dedicación de la Familia que da

nombre a esta empresa.” (Director General Fundador).

El eslogan lo tenemos muy metido en nuestra cabeza. Hacer bien las cosas. Hay compromiso de todos, trabajamos profesionalmente. (Laboratorista).

La empresa utiliza el slogan «Gente amable y resultados exactos» que hace referencia a la combinación entre el servicio, la precisión en los resultados y la experiencia, y considera importante la composición de estos factores para lograr lo que hasta ahora tienen: prestigio, calidad, presencia en el mercado local y regional. Desde el yo narcisista, el nombre de la empresa como familia «Laboratorios (apellido paterno)» simboliza al sujeto autocomplacido y convencido de su permanencia en una organización que le brinda seguridad económica y afecto. Asimismo, la posibilidad de verse como parte de una familia, biológica o no, del sujeto, le sitúa a éste en el estado de verse arropado y protegido por aquella familia que representa en este sentido un doble papel: la condición de empresa y la condición de familia. La primera surte efecto a partir de la planeación y organización de sus creadores, cuyos objetivos se sustentan en el deseo manifiesto de hacer negocio y ofrecer, además de los servicios tradicionales de laboratorio médico, otros cuyas características innovadoras posibilitan a la empresa colocarse como una de la más rentables de su giro en la zona, por la preferencia de los usuarios. Por su parte, la segunda condición alude a lo que representa la familia en el sentido de la protección afectiva y el reconocimiento del empleado por parte del «otro» (dueños de la empresa), a través del trato y la convivencia con sus colaboradores; situación que le posibilita pensarse y sentirse parte de la familia, como empresa familiar, pero también como espacio social donde se propicia un ambiente familiar agradable para su condición de empleado.

“El valor de la Familia... (apellido de la Familia) se ha trasladado al valor de la Familia corporativa. Una actividad que se puede trasladar es el tamiz neonatal; si no hay un resultado positivo, tratar de encontrar a los papás para que ese niño reciba un tratamiento adecuado y podamos salvar una vida.” (Gerente administrativo).

“A veces hay roce, cierto conflicto, pero de ahí no hemos pasado.” (Encargado de sistemas informáticos).

Partiendo del supuesto de que una familia puede ser probablemente el lugar idóneo para una relación interpersonal adecuada, algunos de los empleados se sienten parte de esa familia y desean continuar perteneciendo a ella. Entre el discurso familiar y el discurso empresarial, la organización transmite a sus empleados el que puedan dar un servicio con calidad y calidez. La aparente contradicción entre lo familiar –del lado de lo afectivo– y lo empresarial –del lado de lo racional–, encuentran puntos de intersección que indican, por una parte, que ambas instancias poseen características propias e independientes, y por la otra, se complementan para alinearse al logro del mismo objetivo. De esta manera, en ambos espacios encontramos contradicciones y complementariedades propias de cualquier relación humana, al no ser totalmente racional, ni plenamente afectiva y emocional, reflejando conductas y comportamientos con diversas combinaciones (véase Tabla 1).

Tabla 1

Familia-organización: características propias y combinación de elementos

Familia	Elementos en común	Organización
Identidad y Pertenencia	Conversaciones	Racional-Instrumental
Regulatoria y Formativa	Afectos	Visión, Misión, Valores
Reproductora	Sentimientos	Laberintos
Biológica y Social	Emociones	Fin común
Adaptación	Mecanismos de Defensa	Sistema de acción
Frágil	Figuras Parentales	Sistema social
Valores	Conflictos interpersonales	Esfuerzo conjunto
Enigma	Poder y Autoridad,	Planeación, Organización, Dirección y Control
Nutriente social y afectivo	Contradicciones y Complementariedades, entre otros.	Combinaciones complejas de actividades, propósitos y significados.
Es propia de toda persona		
Genera desarrollo económico		
Posee cierta autonomía		
Evoluciona, se adapta y se modifica.		

“Es necesario delimitar las fronteras entre lo que es el negocio y lo que es la Familia para tratar de evitar problemas.” (Director operativo, hijo menor).

“Todos somos una familia, hay comunicación, el cariño es mutuo. No es un empleo más, podemos expresar nuestros sentimientos. Entre nosotros siempre ha habido buen ambiente familiar y laboral.” (Encargada de mercadotecnia).

En el encuentro de estos dos elementos, la empresa y la familia, se busca hacer una separación para evitar cualquier desaguisado que pueda poner en riesgo la integración de estos; sin embargo, más allá de su disociación, está en el discurso de sus integrantes un importante deseo de mantenerse unidos, teniendo como eje rector a la familia, cuya existencia, en lo manifiesto y en lo latente, les brinda la posibilidad de construir y fortalecer sus lazos afectivos y su sentido de pertenencia. Por lo tanto, la familia y la empresa, como ente organizacional, no están desligadas una de la otra. Las nuevas organizaciones familiares no son nuevas; nuevo es el registro de lo que existía, omitido, silenciado, o negado (Gilberti, 2005, p. 342).

“Él siempre nos dijo (refiriéndose a su papá): si vas a abrir en un lugar es porque lo vas a atender tú, no es porque vas a poner a alguien a atenderlo.” (Director administrativo, hijo mayor).

“La familia si tiene una figura jerárquica, y lo podemos ver desde acá. El jefe es el que manda. En una familia, así es.” (Gerente administrativo).

La trascendencia de lo que desde la «figura paterna» es considerado como un «consejo» para el quehacer cotidiano de la vida, tiene una importancia en la conducción de los eventos futuros y puede quedar como una regla no escrita, la cual se busca hacer prevalecer en todos los casos. Delegar una responsabilidad o un compromiso que de antemano corresponde solo al que adquirió esa obligación, no es un recurso, según lo introyectado desde el seno de la familia que aplica únicamente al individuo en ciertos espacios, sino que se traslada a otras instancias. Inducir y promover los valores desde la familia, puede ser quizá uno de los papeles más importantes que permiten al sujeto transitar más adelante en espacios organizacionales y organizados que el propio individuo genere.

Una organización o varias organizaciones pueden organizarse para aspirar desde su perspectiva a encontrar metas u objetivos de índole económico, político, social o de cualquier naturaleza, que les permitan justificar su creación y quizá asegurar su permanencia (Clegg y Hardy, 1996).

“Paso más de ocho horas aquí en ocasiones, y sí me veo como Familia, como parte de la Familia [nombre de la empresa], porque los dueños nos tratan como eso, como una Familia.” (Auxiliar de compras).

“Yo ingresé como auxiliar administrativo y luego ascendí. Soy gerente administrativo...Me siento a gusto. La empresa está creciendo, me veo participando y creciendo junto con ellos, como colaboradora de la empresa.” (Gerente administrativo).

Las políticas de la empresa, como las reglas del juego, pueden ser introyectadas en el empleado, quien intentará apegarse a ellas para cumplir con lo establecido. Algunas de esas reglas circulan en los discursos, están enmarcadas y son exhibidas en letreros dentro de la organización empresarial; otras son implícitas y el personal que labora en ella las ha asimilado a lo largo de su trayectoria laboral, y también las ha retransmitido a los nuevos miembros que se incorporan a la empresa familiar. Sin ser una familia biológica, la empresa familiar en este caso si es considerada como una familia, desde el ámbito socioafectivo, emocional y económico.

“En una ocasión, en uno de los festejos que organizamos de fin de año para los papás y los niños que han participado en la prueba neonatal del tamiz, se acercó a nosotros un papá de esos niños y le dijo a mi mamá: ‘usted es la mamá tamiz porque sin usted el químico (Hijo mayor) no hubiera nacido, y gracias a él está aquí mi hijo, porque se pudo salvar de la muerte, ya que con la prueba del tamiz neonatal, él le detectó a tiempo un problema y lo pudimos sacar adelante, y aquí está, mírelo, jugando’.” (Director administrativo, hijo mayor).

La persona de mayor edad de la familia empresaria funge como la «figura paterna», y es a quién sus hijos biológicos, sus nueras y sus empleados le llaman «nombre del fundador... papá», dejando claramente definido que representa una figura de autoridad y de afecto, y para refe-

rirse a él específicamente, ya que el hijo mayor lleva el mismo nombre.

“Si se respetan los lineamientos, entonces camina esto.” (Director administrativo, hijo mayor).

“Al final de cuentas, somos un engrane. Procuramos trabajar para llegar siempre a la meta. La integración ayuda a llegar al objetivo.” (Gerente administrativo).

La supuesta separación que «debe» existir entre los «asuntos familiares» y los «no familiares», como los negocios, termina siendo solo una intención. La pretendida separación de los temas familiares respecto de las consideradas no familiares, llámense de negocio, en este caso, tienen que ver más con un aspecto de tipo racional que, analizándolo a detalle, puede ser un indicador de un deseo de no «mezclar» ambas cosas, cuando en realidad «ya están mezcladas». “Las organizaciones son combinaciones complejas de actividades, propósitos y significados” (March, 1981, p. 574).

Asimismo, habrá de considerarse que «lo formal» está infiltrado de «lo familiar», y no obstante que las organizaciones formales, como las empresas, aludan a la «parte formal» para consolidar sus esfuerzos, la «parte informal» es, en tanto «familiar», aquello que les permite a sus miembros integrarse para un fin común. Perres (1999, p. 28) afirma que cualquier grupalidad humana estable puede ser equiparable metafóricamente hablando a una familia, o bien, como lo indican Contreras y Aguilera (2007, p.58), “la emocionalidad es una característica inherente al comportamiento humano y en consecuencia al comportamiento organizacional”.

VISIÓN

“Mantener al laboratorio de análisis clínicos como líder en el sur-sureste de la república mexicana, ofreciendo calidad en todos sus servicios, contribuyendo en la prevención y diagnóstico preciso y oportuno de los pacientes”.

MISIÓN

“Ser una empresa que ofrece al público en general la realización de procesos del laboratorio de análisis clínicos, cuyos resultados permiten satisfacer sus necesidades en el ámbito de la calidad, seguridad y control de los resultados”.

Para Urbiola y Levin Kosberg (2018, p. 56), la organización, como un sistema socio-tecnológico, indica que un grupo de personas pueden desarrollar los objetivos, las metas, la visión y la misión organizacional para que estos sean difundidos en espacios apropiados, empleando estrategias y mecanismos para dar a conocer, aprender y reproducir la cultura corporativa.

Molina, Briones y Arteaga (2016, p. 506) establecen que el grado de efectividad de una empresa está determinado por su cultura organizacional pues es quién delimita las relaciones y los modos de actuar dentro de ésta.

La familia puede ser un grupo organizado, cuyas jerarquías implícitas se conformen de acuerdo con órdenes culturales y organizacionales que se transmiten de generaciones en generaciones, tal como se puede leer ampliamente en el documento “Familias empresarias y grandes empresas familiares en América Latina y España” (2015), hasta que algún suceso externo o de índole interno quizá las modifique, «orillándolas» a que se reorganicen de otra forma. A la postre, el modelo puede ser drásticamente diferente al que inicialmente se tenía, pero finalmente estará organizado de nueva cuenta.

Discusión

Los mecanismos o instrumentos racionales, tales como, los enunciados de misión, visión, valores, códigos de conducta, etc., de cualquiera de las organizaciones empresariales modernas indican, entre otros aspectos, la pretensión de un alineamiento hacia el ideal del yo, aquello que desde la máxima autoridad de la empresa se inscribe como un posicionamiento que habrá de alcanzarse y que exige el apego a las normas para lograr sus objetivos. La satisfacción del cliente, la calidad de los servicios y el sentido de oportunidad, conllevan una carga racional y emocional importante de compromiso del empleado hacia la empresa, para que ésta logre los resultados económicos esperados.

Asimismo, los integrantes de la organización, familiares consanguíneos o no, adoptan y asumen su rol como parte de esa familia de origen, analogía que nos remite a

la organización como un continuo de la familia o viceversa.

Los valores organizacionales son promovidos desde un espacio racional-económico, pero ellos también pueden ser trasladados a otras esferas sociales donde los individuos participan. Estos rasgos normativos forman parte del abanico de posibilidades que el ser humano tiene para asumir un rol y desenvolverse en la sociedad como ésta lo requiere.

Podrán armarse nuevos modelos de familia; éstos “subsistirán con la condición de que sepan mantener, como principio fundamental, el equilibrio entre lo uno y lo múltiple que todo sujeto necesita para construir su identidad.” (Roudinesco, 2004, p. 216). Después de la familia, vendrá la familia (Beck-Gersheim, 2003, p. 25), con sus distintas modalidades; sin embargo, cualquiera de ellas podrá transmitir a los nuevos integrantes las normas de su cultura, incluyendo la de los espacios organizacionales por dónde ésta transite a lo largo de su existencia.

Sin acudir a formas «familiaristas» de lo social (Mendel, 1993) para abordar problemáticas actuales, podemos considerar a los EO como una alternativa interdisciplinaria y transdisciplinaria que nos permita hallar desde las diversas formas de familia, posibles explicaciones en los espacios organizacionales en los que el individuo participa, ya que se combinan elementos relacionados con el poder; con lo familiar y con lo social; con aspectos políticos y económicos; con mitos y realidades; con temores e incertidumbres.

La empresa familiar, como una modalidad de una organización formal, reúne los atributos de cualquier organización y protege a sus integrantes (consanguíneos o no) contra aquello que represente caos, confusión, ambivalencia y ansiedad, a través de fantasías primarias y mecanismos de defensa (sublimación, identificación, identificación proyectiva, racionalización, intelectualización, entre otros), colectivamente proyectados de las mentes individuales hacia las organizaciones, apoyándose en dispositivos instrumentales, tales como, la misión, la visión y valores organizacionales, para legitimar su razón de ser.

La familia, independientemente de cómo esté constituida y quiénes sean sus integrantes, será un grupo social permanentemente incorporado y reconocido en y para la sociedad donde se construyen, modifican o disuelven las organizaciones (véase Figura 1).



Los hallazgos de la presente investigación permiten afirmar que la socialización, como una de las principales funciones de la familia, se presenta en el discurso de sus integrantes y se reafirma en la organización.

Asimismo, los integrantes de la organización, familiares consanguíneos o no, adoptan y asumen su rol como parte de esa familia de origen; analogía que nos remite a la familia como una metáfora de la organización; sus integrantes han llegado a formar parte de otra familia que sin existir un nexo biológico, si tienen al menos de forma afectiva, una relación importante que se fomenta en el día a día.

Las conclusiones antes expuestas pueden ser aplicables a un modelo de empresa familiar específico, sin que deba generalizarse y extenderse a empresas familiares de gran tamaño, lo cual pudiera ser atendido con un diseño no experimental, longitudinal, que incluya un mayor número de empresas familiares y distintos giros empresariales.

Por último, los autores declaran que no existen ningún conflicto de intereses y sugieren algunas líneas de investigación, tales como: modelos de familia y ajustes socio-culturales; poder y familia; familias organizadas y organizaciones familiares.

Referencias

- Ayala, N. D., Ochoa, S. y Jacobo, C. A. (2017). La dimensión familia en la organización: estudio de caso en una MiPyMES familiar [Family Dimension in the Organization: A Case Study in a Family MSMES]. *Investigación administrativa*, 46(120), 1-23.
- Barroso Martínez, A., Sanguino Galván, R. y Bañegil Palacios, T. M. (2012). El enfoque basado en el conocimiento en las empresas Familiares [Knowledge-based Focus in Family Businesses]. *Investigación Administrativa*, 41(109), 62-69.
- Beck-Gersheim, E. (2003). *La reinención de la Familia. En busca de nuevas formas de convivencia* [Was Kommt nach der Familie] (2ª ed., rev., trad. P. Madrigal). Barcelona, España: Paidós.
- Clegg, S. y Hardy, C (1996). Introduction. Organization and Organizing. En S. R. Clegg, C. Hardy y W. R. Nord, *Handbook of Organization Studies* (pp. 1-28). London, UK: Sage.
- Contreras Manrique, J. C. y Aguilera Ontiveros, A. (2007). Emocionalidad y racionalidad en la toma de decisiones conjuntas: Una aproximación modélica con sistemas multiagente [Emotionality and Rationality in Joint Decision-Making: A Model Approach with Multi-agent Systems]. *Administración y organizaciones*, 18(9), 49-61.
- De la Garza-Ramos, M. I., García, E. y Lorente, R. (2006). La empresa Familiar: relación de la cultura organizacional con su continuidad [The Family Business: Relationship of the Organizational Culture with its Continuity]. *CienciaUAT*, 1(1), 61-66.

- Galve Górriz, C. y Hernández Trasobares, A. (2015). Estructura de propiedad y performance de las empresas Familiares según entorno institucional: análisis empírico para el caso español y latinoamericano [Ownership Structure and Performance of Family Businesses According to Institutional Environment: Empirical Analysis for the Spanish and Latin American Case]. *Familias empresarias y grandes empresas familiares en América Latina y España: una visión de largo plazo* (1.ª ed.). Bilbao, España: Fundación BBVA.
- Gaspari, R. C. (2000). La Familia: nudo problemático del psicoanálisis. *Clinica familiar psicoanalítica. Estructura y acontecimientos* [Psychoanalytical Family Clinic. Structure and Events]. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Giberti, E. (2005). *La familia, a pesar de todo* [The family, in Spite of Everything]. Buenos Aires, Argentina: Novedades Educativas.
- Lévy A. (2006). *Vocabulaire de psychosociologie, Références et positions* [Vocabulary of Psychosociology, References and Positions]. París, Francia: Érès.
- March, J. (1981). Footnotes to Organizational Change. *Administrative Science Quarterly*, 26(4), 563–577.
- Mendel, G. (1993). *La Sociedad no es una Familia. Del Psicoanálisis al Sociopsicoanálisis* [The Society is not a Family. From Psychoanalysis to Sociopsychanalysis]. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Mendel, G. (1996). *Sociopsicoanálisis y educación* [Sociopsychanalysis and Education]. Universidad de Buenos Aires, Argentina: Novedades Educativas.
- Molina, L., Briones, I. y Arteaga, H. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas [Organizational Behavior and its Importance for Business Administration]. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 498–510.
- Montaño Hirose, L. (2004). *Los Estudios Organizacionales. Cambio, poder, conocimiento e identidad* [Organizational Studies. Change, Power, Knowledge and Identity]. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Universidad Autónoma de Occidente, Miguel Ángel Porrúa y H. Cámara de Diputados, México.
- Moxnes, P. (1999). Deep Roles: Twelve Primordial Roles of Mind and Organization. *Human Relations*, 52(11), 1427–1444. <https://doi.org/10.1023/A:1016924801073>
- Oglensky, B. D. (1995). Socio-Psychoanalytic Perspectives on the Subordinate. *Human Relation*, 48(9), 1029–1054. <https://doi.org/10.1177/001872679504800903>
- Perres, J. (1999). Familia y metáfora Familiar en el psicoanálisis y en la institución psicoanalítica [Family and Family Metaphor in Psychoanalysis and in the Psychoanalytic Institution]. *Revista Tramas, 14-15*, 13–49.
- Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J. y García Jiménez, E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa* [Qualitative Research Methodology]. Málaga, España: Aljibe.
- Roudinesco, E. (2004). *La Familia en desorden* [The Family in disarray]. Barcelona, España: Anagrama.
- Urbiola, A. y Kosberg, S. (2018). Una propuesta para el estudio de la comunicación organizacional y la construcción de significados desde lo procesual y simbólico [A Proposal for the Study of Organizational Communication and the Construction of Meaning from the Procedural and Symbolic]. *Administración y Organizaciones*, 21(40), 51–72.

THE FAMILY, PERMANENT SOCIAL GROUP IN ORGANIZATIONS FROM A PSYCHOANALYTIC PERSPECTIVE

ANTONIO BECERRA-HERNÁNDEZ¹,
DIEGO EDUARDO MENÉNDEZ-FIERROS¹ Y
FABIOLA DE JESÚS MAPÉN-FRANCO¹

EXTENDED SUMMARY

Introduction

The main purpose of the work is to point out that various factors existing in formal organizations, implicitly or explicitly, coexist as part of them; moreover, that they give origin and support to their creation and permanence, since they are part of man's own work and his passage through the social, in the broadest sense of the term.

Through a case study, this research aims to describe what aspects of family life are transferred to the organization, how they are transferred and what consequences they have, recognizing the family as a social element, whose impact, on the sociopsychological constitution of the individual, has a vital significance throughout its existence. So the actor is the subject, the human being; the script, are his personal, family and social history; likewise, the subject simultaneously acts and is acted; the family offers him a script, which can be adjusted and adapted according to the organizational scenarios where he will participate, with the possibility of influencing them and that they can induce some adjustments to the original script of the character on stage: the individual in the organization. For this, the case study was carried out in a family business of the line of business of the clinical analysis laboratories, whose participants were some blood relatives and some employees who are part of it.

Method

The research design was qualitative, non-experimental, transversal and descriptive, using the semi-structured interview and participant observation as tools. Some transcribed fragments of interviews recorded under informed consent are shown, with the owners and some employees of the studied family business, in addition to the vision and business mission statements that are part of their communication strategy, for analysis and interpretation.

Results

The company uses the slogan "Friendly people and accurate results" that refers to the combination of service, accuracy in results and experience, and considers the composition of these factors important to achieve what they have so far: prestige, quality, presence in the local and regional market. From the narcissistic self, the name of the company as a family "(Paternal last name) Laboratories." symbolizes the self-satisfied subject, who is also convinced of their permanence in an organization that provides economic security and affection. Likewise, the subject's possibility of seeing himself as part of a family, biological or not, places him in the state of being surrounded and protected by that family that in this sense represents a double role: the condition of company and the condition of family. The first one takes effect from the planning and organization of its creators, whose objectives are based on the manifest desire to do business and offer, in addition to

the traditional medical laboratory services, others whose innovative features enable the company to position itself as one of the most profitable of line of business in the area, by the preference of the users.

Between family discourse and business discourse, the organization conveys to its employees that they can provide a service with quality and warmth. The apparent contradiction between the family - on the side of the affective - and the business - on the rational side - find points of intersection that indicate, on the one hand, that both instances have their own independent features, and on the other, they complement each other to align to the achievement of the same objective. Thus, on the rational side, the image of business is focused on achieving objectives of economic benefit; on the emotional side, efforts are aligned with family bonds to maintain a balance.

The business organization can be understood as that one in which the individual sublimates, as a defense mechanism, his unconscious desires. Business organizations will never be totally rational, since they will not be able to put aside the unconscious desires of their members: affection, desire for power, projection, denial, sublimation, identification, projective identification, among other mechanisms, will inevitably be present in the interrelation of its members.

The family is perceived as an entity that has always been consciously or unconsciously present in the members of the studied business organization. The family is recognized as a part incorporated into the conduct of their activities. The family has been introjected and can be the guiding thread of certain behaviors. The findings allow to identify some elements of socialization, as one of the main functions of the family, which intersect in the discourse of its members and get reaffirmed in the organization. The oldest person in the business family acts as the "father figure," and is that whose biological children, daughters-in-law and employees call "name of the founder dad", leaving clearly defined that he represents a figure of authority and affection, and to refer to him specifically, since the eldest son bears the same name.

The alleged separation that "must" exist between "family" and "non-family" matters, such as business, ends up being only an intention. Without diminishing the importance of the business lingo that has given as a written rule the separation of both aspects, we find that this binomial is confirmed, settled and reinforced more than the possibility of its separation. "Organizations are complex combinations of activities, purposes and meanings." (March, 1981, p. 574).

Likewise, it must be considered that "the formal" is infiltrated by "the familiar", and despite the fact that formal organizations, such as companies, allude to the "formal part" to consolidate their efforts, the "informal part" is, meanwhile "familiar", that which allows its members to integrate for a common purpose. Perres (1999, p. 28) states that any stable human group can be metaphorically comparable to speaking to a family, or, as indicated by Contreras and Aguilera (2007, p. 58), "emotionality is a characteristic inherent to human behavior and consequently to the organizational behavior".

For Urbiola and Levin (2018, p. 56), the organization, as a socio-technological system, indicates that a group of people can develop the objectives, goals, vision and organizational mission so that they are disseminated in appropriate spaces, using strategies and mechanisms to publicize, learn and reproduce the corporate culture. Molina, Briones and Arteaga (2016, p. 506) establish that the degree of effectiveness of a company is determined by its organizational culture, because it is who defines the relationships and ways of acting within it.

The family can be an organized group, whose implicit hierarchies are conformed according to cultural and organizational orders that are transmitted from generations to generations, as can be read widely in the document "Business families and large family businesses in Latin America and Spain" (2015), until some external or internal event may modify them, "bordering them" to be reorganized in another way. In the end, the model may be drastically different from what it initially had, but it will finally be organized again.

Discussion

Rational mechanisms or instruments, such as the statements of mission, vision, values, codes of conduct, etc., of any of the modern business organizations indicate, among other aspects, the claim of an alignment towards the ideal of the self, that from the highest authority of the company is registered as a position to be achieved and that requires adherence to the rules to achieve its objectives.

The members of the organization, blood relatives or not, adopt and assume their role as part of that family of origin, an analogy that refers us to the organization as a continuum of the family or vice versa.

Organizational values are promoted from a rational-economic space, but they can also be transferred to other social spheres where individuals participate. Respect, honesty, continuous improvement, responsibility, among others, are placed in the collective jargon of the individual of the company and serve as written codes or the rules of the game to be practiced and remain in the organization. The company expects its employees to show the behaviors and behaviors associated with these disseminated values as part of the communication strategy.

The father and mother figures are present and gain relevance throughout the conduct of the business organization. The meetings are organized, and they promote the presence of the father or mother, as guiding axes that help in making business decisions or in promoting union and strength as a working group. The quarrels and the disagreements about the conduction of the reins of the business organization or those that are raised simply by the daily coexistence, are present in the speech of some of its members.

Without resorting to 'familiarist' forms of the social (Mendel, 1993) to address current problems, we can consider EOs as an interdisciplinary and transdisciplinary alternative that allows us to find, from the various forms of family, possible explanations in the organizational spaces in the that the individual participates, since elements related to power are combined; with the familiar and with the social; with political and economic aspects; with myths and realities; with fears and uncertainties.

The foregoing conclusions may be applicable to a specific family business model, without it being able to be generalized and extended to large family businesses, which could be addressed with a non-experimental, longitudinal design, which includes a larger number of family businesses and different business turns.