

Conceptualización metafórica de la confianza interpersonal*

Metaphoric Conceptualization of Interpersonal Trust

Recibido: octubre 16 de 2007 | Revisado: enero 15 de 2008 | Aceptado: enero 20 de 2008

RODRIGO YÁÑEZ GALLARDO** Universidad de Concepción, Chile

ABSTRACT

Since there is no agreement among researchers on how to conceptualize the interpersonal trust, we analyzed the metaphoric expressions made by students about trust, identifying the conceptual metaphors, the most frequent dimensions of interpersonal trust that are the most frequent ones in these expressions, and establishing the possible relations among those dimensions. A survey was carried out on 61 students from Psychology and Nursery Departments. 124 metaphoric expressions related to 17 conceptual metaphors were found. Based on the analysis of metaphoric expressions we proposed 9 dimensions in the conceptualization of the term trust. The discussion is focused on the implicit meaning that the students assign to the interpersonal relationships.

Key words authors:

Metaphor, Metaphorical Expressions, Trust, Students.

Key words plus:

Interpersonal Relations, Trust, Students Psychology, Educational Psychology.

RESUMEN

Ante el hecho de que no existe acuerdo entre los investigadores sobre cómo conceptualizar la confianza interpersonal, se analizaron las expresiones metafóricas sobre confianza producidas por estudiantes, identificando las metáforas conceptuales, las dimensiones de la confianza interpersonal que se manifiestan con mayor frecuencia en estas expresiones y estableciendo las posibles relaciones entre tales dimensiones. Se encuestó a 61 estudiantes pertenecientes a las carreras de psicología y educación parvularia. Fueron obtenidas 124 expresiones metafóricas, referidas a 17 metáforas conceptuales. Del análisis de contenido de las expresiones metafóricas se propusieron 9 dimensiones en la conceptualización de la confianza. La discusión se centra en el significado implícito que los estudiantes le asignan a la confianza interpersonal.

Palabras clave de autores:

Metáfora, expresiones metafóricas, confianza, estudiantes.

Palabras clave descriptores:

Relaciones interpersonales, confianza, estudiantes de psicología, psicopedagogía.

* Artículo de investigación en el marco del trabajo de la línea de investigación "Estudios sobre la confianza interpersonal y organizacional". Proyecto Diuc semilla 2005-172-010-1S de la Universidad de Concepción, Chile.

** Casilla 160C Correo 3, Departamento de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Concepción – Chile.

Las personas siempre necesitamos confiar, tanto en nuestras relaciones afectivas como laborales y comerciales. Incluso, dada la dinámica de la sociedad contemporánea, requerimos de confiar en extraños (Solomon & Flores, 2001), por ejemplo, cuando se decide dejar a un hijo en un jardín infantil. Esta experiencia permanente, sin embargo, no implica un conocimiento declarativo acerca de la confianza. En efecto, se podría esperar que todos supieran qué es la confianza. No obstante, articular una definición precisa no resulta fácil.

La confianza ha sido definida por los investigadores de diversas formas. Por ejemplo, Kramer (1999) la asocia a una predisposición del carácter de la persona que confía, a una cualidad que pueden tener aquellos a quienes se les tiene confianza o a una creencia compartida por un grupo. Pese al amplio reconocimiento de la importancia de la confianza entre los investigadores, no existe aún consenso para definirla (Gill, Boies, Finegan & McNally, 2005; Kramer, 1999; Lane & Bachmann, 2000).

Solomon & Flores (2001) consideran que la ausencia de una definición precisa para la confianza se debe a que la mayoría de las personas son ciegas a ésta, y a que sus prácticas sociales tienden a ser invisibles. Según estos autores, para la mayoría de las personas, la mayoría de las veces, la confianza parecería ser tan transparente, tan natural, tan simple, que no hay mucho que señalar sobre ella y mucho menos que comprender. En el mismo sentido, Kim (2005) señala que, en las disciplinas científicas, la confianza ha sido vista como un término elusivo y rebelde. En consecuencia, estos autores afirman que la definición de confianza ha llegado a ser amorfa, disimulada, y muy dependiente de los factores que estén siendo considerados.

Cabe señalar que los autores antes citados se valen de expresiones que corresponden a un lenguaje figurativo o metafórico para describir la confianza, lo que es un reconocimiento de la dificultad que existe en el establecimiento de una definición consensuada al respecto.

La presente investigación se aproxima al problema de la conceptualización metafórica de la confianza interpersonal. Comprender la lógica

interna de la organización del conocimiento sobre la confianza interpersonal resulta relevante, porque puede apoyar la labor de los investigadores en el proceso de construcción de teorías psicológicas sobre este asunto, las cuales tengan un vínculo con la forma en que las personas de nuestro contexto cultural realmente utilizan el concepto. En este sentido, se sigue la propuesta de Bruner (1995), quien sostiene que debe existir un estudio de la teoría popular (folk) presente en la población, destacando su idiosincrasia cultural.

Para el propósito descrito, se utiliza el análisis metafórico como método para caracterizar conceptualmente las expresiones producidas por las personas. Según Steger (2007), el análisis metafórico es una herramienta que permite una entrada alternativa a la comprensión de la narrativa de las personas, y que posibilita analizar lo que es difícil de expresar. Si bien el uso del análisis metafórico como un método de investigación es creciente en diversas disciplinas, especialmente en lingüística, en psicología aún es escaso (Moser, 2000). De este modo, la relevancia de la presente investigación está también relacionada con la utilización de una técnica de investigación a la que se recurre muy poco en nuestro medio, y que resulta muy apropiada para acercarse a conceptos psicológicos complejos, como es el caso de la confianza.

La definición de confianza

En su mayoría, los investigadores concuerdan en que la confianza es un concepto complejo, que existen muchos factores involucrados, y que varía de acuerdo con el tipo de expectativa de los individuos y el objeto de la confianza (Kramer, 1999; Tschannen-Moran & Hoy, 1998). Pese a la diversidad de conceptualizaciones formuladas por los especialistas, existe cierto consenso en que la confianza es la voluntad para aceptar quedar en una situación de vulnerabilidad a la acción de otro, y que esta voluntad está basada en la expectativa de que el otro tendrá conductas positivas hacia quien confía, en un contexto en el que no existen posibilidades de monitorear o de controlar a la per-

sona en quien se está confiando (Gill et al., 2005; Mayer, Davis & Schoorman, 1995).

Un modelo ampliamente aceptado (Gill et al., 2005) que permite considerar las principales variables involucradas en la confianza, es el propuesto por Mayer et al. (1995). De acuerdo con este modelo, una variable que influye en la confianza es la percepción de confiabilidad que se tiene del otro. En gran medida, la percepción de confiabilidad del otro está relacionada con percibir en él cualidades que lo hacen merecedor de nuestra confianza. Ejemplo de lo anterior es ver al otro como competente, íntegro, benevolente, abierto a la comunicación y compartir una identidad social común (Yáñez, 2006).

Una segunda variable es la predisposición a confiar por parte de quien confía, y se refiere a la tendencia a ver al ser humano como una persona buena y, por ende, confiable (Kramer, 1999). Esta tendencia se genera tanto por las experiencias de la primera infancia, como por factores culturales (Kramer, 1999; Solomon & Flores, 2001).

Una tercera variable es el contexto social, el cual hace referencia a los valores culturales y las normas institucionales existentes en la sociedad. Estrechamente vinculada a lo anterior, está la percepción de riesgo para el que confía y la decisión de asumir dicho riesgo. El riesgo es un componente esencial de la confianza. La confianza en el otro sólo se pone a prueba en el momento en que se toma la decisión y se actúa; entonces, se acepta el riesgo, lo que implica quedar en estado de vulnerabilidad ante el otro.

En la literatura sobre psicología social y organizacional se afirma que la confianza presenta dos componentes, uno cognitivo y otro afectivo (Morrow, Hansen & Pearson, 2004). Varios autores reconocen que es en el componente cognitivo donde se han centrado las investigaciones en ciencias sociales, y se ha ignorado el aspecto afectivo (Houman & Kumar, 2006). Lo anterior se ha debido al predominio del paradigma de la elección racional en las ciencias sociales, que basa las expectativas de confianza en el conocimiento que se adquiere del otro a partir del proceso de interacción social (Morrow et al., 2004). De acuerdo

con este enfoque, la decisión de confiar se basa en una evaluación cognitiva de la confiabilidad del otro. Sin embargo, la confianza también tiene un componente afectivo y éste se refiere al vínculo emocional existente entre las partes (Morrow et al., 2004).

La confianza es un factor crítico para las buenas relaciones interpersonales. Gill et al. (2005) señalan que es esencial para establecer vínculos de cooperación entre las personas. Por su parte, Ferres, Connell y Travaglione (2004) encontraron que la confianza entre compañeros de trabajo facilita la voluntad de actuar según la palabra de los compañeros y también un vínculo afectivo con la organización.

El lenguaje metafórico como expresión de la estructura del conocimiento humano

Lakoff y Johnson (2004), en su propuesta de la teoría de la metáfora conceptual, sostienen que las metáforas responden a estructuras de conocimiento humano. Es decir, más que una característica del lenguaje, la metáfora es central para nuestro sistema conceptual, determinando incluso nuestra forma de pensar y actuar (Moser, 2000). De este modo, tanto en el lenguaje cotidiano como en el discurso científico, es imposible evitar totalmente las metáforas, ya que todo lenguaje es figurativo en algún grado (Cornelissen, 2003).

Las metáforas son analogías que permiten mapear o proyectar una experiencia (y el modelo mental asociado) en términos de otra experiencia (Lakoff & Johnson, 2004). De este modo, se puede adquirir una comprensión de tópicos complejos o de situaciones nuevas a través de conceptos conocidos (Moser, 2000). Steger (2007) y Alarcon et al. (2004) rescatan como una función importante de la metáfora la comunicación de lo abstracto por medio de términos concretos, lo que constituye una ayuda para reducir la complejidad y la ambigüedad. Steger (2007) señala que las metáforas pueden ser creadas consciente o inconscientemente, tienen componentes tanto cognitivos como afectivos, y

pueden ser simples o complejas. De acuerdo con Lakoff y Johnson (2004), en gran medida, su uso es inconsciente.

Un aspecto importante es el que señalan Parsons, Brown y Worley (2004), cuando sostienen que la metáfora es una herramienta para crear la realidad; una vez que se expresa, llega a ser una realidad en sí misma, dirigiendo futuras construcciones de significado. Lo anterior coincide con la premisa constructivista de que los seres humanos sólo pueden comprender lo nuevo a partir de lo conocido (Parsons et al., 2004).

A través de la revisión bibliográfica de investigaciones sobre confianza, se pudo constatar que los investigadores utilizan expresiones metafóricas para referirse a éstas. Por ejemplo: la confianza es un eficiente lubricante que reduce la complejidad de la vida organizacional (Tschannen-Moran & Hoy, 1998); la confianza es un catalítico de las relaciones humanas (Ferres et al., 2004); la confianza es una jugada atrevida, una inversión, una empresa arriesgada (Luhmann, 1996). Las expresiones metafóricas descritas anticipan un supuesto de esta investigación: la metáfora es un recurso lingüístico que los científicos utilizan para referirse a temas complejos y abstractos, tales como la confianza.

El análisis de metáforas como técnica de investigación cualitativa

Para Schmitt (2005), la teoría de la metáfora conceptual inspira una variedad de enfoques para el análisis de este recurso lingüístico como una técnica de investigación cualitativa. Tanto para Schmitt (2005), como para Semino, Heywood & Short (2004), existe aún una falta de procedimiento estándar para su identificación y análisis, por lo cual se constata que los investigadores utilizan distintas metodologías de análisis.

La exploración de las metáforas utilizadas por las personas se puede considerar un esfuerzo por revelar cómo le otorgan sentido y conceptualizan conceptos abstractos. Tanto para El-Sawad (2005) como para Steger (2007), las metáforas van más allá de las conceptualizaciones y modelos

de los científicos. También ayudarían a develar los aspectos nuevos ya que por medio de ellas se expresan pensamientos, sentimientos, emociones y experiencias que no pueden nombrarse de otra manera.

Al ser la metáfora un medio fundamental para describir las experiencias y creencias, su análisis permite descubrir el significado que está bajo lo expresado conscientemente por una persona (Parsons et al., 2004). De acuerdo con Moser (2000), el análisis de metáforas es útil para acceder al conocimiento tácito y para explorar los procesos de comprensión social y cultural. De este modo, busca descubrir la forma en que se entiende el mundo, y permite que el proceso de comprensión sea más holista y profundo que si sólo se hiciera a través del lenguaje literal (Moser, 2000).

A través de esta metodología se espera contribuir a considerar que las personas cuentan con un rico conocimiento basado en su experiencia, y que al realizar un esfuerzo por representar los conocimientos y creencias a través de metáforas, están siendo motivadas a ser creativas (Parsons et al., 2004).

Metáforas de las relaciones interpersonales

No se han encontrado investigaciones dedicadas específicamente al uso de metáforas sobre la confianza, pero existen estudios sobre su uso para aludir a las relaciones de amistad. Kövecses (2000, 2002) es el referente principal en la investigación sobre este tema. Dado que la confianza interpersonal es una forma de relación interpersonal que se estima que tienen estrecha relación con la amistad, la presente investigación parte del supuesto de que las metáforas sobre la amistad ofrecen un marco general que puede extrapolarse para comprender las metáforas que se utilizan para describir la confianza.

De la revisión bibliográfica realizada se encontraron siete metáforas referidas a la amistad. Alarcon et al. (2004) y Kövecses (2000) señalan que una metáfora importante sobre las relaciones inter-

personales es: LA CALIDAD DE LA RELACIÓN PERSONAL ES EL GRADO DE PROXIMIDAD ESPACIAL¹. En este caso, los apareamientos se realizan en expresiones del tipo *es una persona cercana a mí, los une una estrecha amistad o volvieron a juntarse*. La calidad de la relación interpersonal se conceptualiza en términos de distancias físicas, objetivas, entre las personas.

Kövecses (2000) postula dos sistemas metafóricos sobre las metáforas de la amistad en las relaciones interpersonales. El primero es el “estado”, según el cual se conceptualizan las relaciones interpersonales como un objeto. Se presentan tres tipos de metáforas: (a) LA AMISTAD ES UN OBJETO POSEÍDO; (b) LA AMISTAD ES UN LAZO (un lazo fuerte entre dos personas se refiere a un vínculo emocional que da estabilidad a una relación); y (c) LA AMISTAD ES UN INTERCAMBIO ECONÓMICO (un intercambio se vincula a una interacción en la que existe reciprocidad y se benefician ambas partes). El segundo (Kövecses 2000, 2002) es el de los “sistemas complejos” (objetos complejos), en el que se pueden identificar tres metáforas: (a) LA AMISTAD ES UNA MÁQUINA; (b) LA AMISTAD ES UN ORGANISMO VIVO (la amistad puede crecer y desarrollarse); y (c) LA AMISTAD ES UN OBJETO ESTRUCTURADO (equivalente a una construcción).

En síntesis, dado que la confianza es un concepto abstracto y complejo, y no existen investigaciones en nuestro medio sobre el uso de metáforas sobre confianza interpersonal, se realizó una investigación de tipo cualitativo exploratoria. Se plantearon dos objetivos: 1) identificar cuáles son las metáforas conceptuales más frecuentes que se utilizan para describir qué es la confianza interpersonal; 2) identificar cuáles son las dimensiones de la confianza más frecuentes cuando se construyen expresiones metafóricas sobre ella; y 3) proponer posibles relaciones existentes entre las dimensiones identificadas.

1 De acuerdo con la convención de la lingüística cognitiva (Kövecses, 2002), se presentarán las metáforas conceptuales con letras mayúsculas y las expresiones metafóricas con letra cursiva.

Método

Participantes

Participaron en este estudio 61 estudiantes universitarios chilenos de la ciudad de Concepción, de los cuales 44 pertenecen a 4º año de la carrera de Psicología y 17 a 1er. año de la carrera de educación parvularia.

Proceso de recolección de información

La recolección de la información se realizó en el contexto de la sala de clase. A cada estudiante se le entregó una hoja con tres preguntas. La instrucción fue responder en forma escrita. A los participantes se les dio un máximo de 30 minutos para contestar; sin embargo, todos pudieron terminar antes. Se elaboró un cuestionario con tres preguntas. En las instrucciones se señaló que la metáfora es una forma de explicar o definir un concepto por una similitud con conceptos de otro dominio. Se les pidió a los participantes que respondieran lo siguiente: (a) De acuerdo con su opinión, se podría afirmar que confiar en una persona se parecería a _____; (b) De acuerdo con su experiencia personal, ¿qué metáfora podría hacer que represente la idea de existencia de confianza entre dos personas?; (c) Me puedo imaginar la confianza como _____. Para cada caso, se les preguntaba “¿Por qué?”, a fin de obtener mayor detalle explicativo. Las preguntas solicitadas constituyen una técnica similar a la utilizada por Saban, Kocbeker & Saban (2007).

Procedimiento para el análisis de las expresiones metafóricas

Para el análisis de las expresiones metafóricas se siguió, en lo general, el procedimiento propuesto por Alarcon et al. (2004): (a) Se identificaron las expresiones metafóricas producidas por los estudiantes; (b) se establecieron el dominio origen y el dominio meta; (c) se señalaron las metáforas conceptuales de cada expresión metafórica. Posteriormente, siguiendo a Lakoff y Johnson (2004), se determinaron las diferentes dimensiones de la

confianza implicadas en el corpus de expresiones. Finalmente, se elaboró una planilla en Excel en la que cada columna correspondía a la expresión metafórica, la correspondencia específica entre el dominio de origen y el dominio meta de cada expresión, la metáfora conceptual en la que se inscribía cada expresión y la dimensión de la confianza implicada en cada una de ellas. Ordenando el material de esta manera se pudieron elaborar las dos tablas de frecuencia, en las que se presenta la cantidad de expresiones que corresponden a los distintos conceptos metafóricos (Tabla 1) y la cantidad de expresiones para cada dimensión de la confianza (Tabla 2). Para obtener mayor rigurosidad en el análisis de los datos, éstos fueron

analizados en forma independiente por dos de los investigadores, y posteriormente se discutieron las diferencias de criterio existentes.

Resultados

a) Metáforas conceptuales sobre confianza interpersonal.

Se obtuvieron 124 expresiones metafóricas en total, de las cuales 6 no fueron clasificadas en ninguna metáfora, de modo que para el análisis se consideraron 118 expresiones metafóricas. Se reconocieron 17 metáforas conceptuales relacionadas con la confianza interpersonal (ver Tabla 1). Dado

TABLA 1
Expresiones metafóricas por cada metáfora conceptual

METÁFORA	EXPRESIONES METAFÓRICAS
1 LA CONFIANZA ES UNA PARTE CENTRAL DE UNA CONSTRUCCIÓN	32
2 LA CONFIANZA ES UNA SITUACIÓN SEGURA	21
3 LA CONFIANZA ES UNA PARTE ESENCIAL DE UNA MÁQUINA	12
4 LA CONFIANZA ES UN LAZO	11
5 LA CONFIANZA ES UN OBJETO VALIOSO	11
6 LA CONFIANZA ES UN ORGANISMO VIVO	7
7 LA CONFIANZA ES ALIMENTO	7
8 LA CONFIANZA ES UN CONTRATO	3
9 LA CONFIANZA ES UN INTERCAMBIO ECONÓMICO	3
10 LA CONFIANZA ES UN CAMINO	2
11 LA CONFIANZA ES UN IDIOMA COMÚN	2
12 LA CONFIANZA ES UN ANIMAL	2
13 LA CONFIANZA ES UN CUERPO HUMANO	1
14 LA CONFIANZA ES LUZ	1
15 LA CONFIANZA ES UN OBJETO PELIGROSO	1
16 LA CONFIANZA ES PROXIMIDAD	1
17 LA CONFIANZA ES UN JUEGO	1
Total	118

que algunas metáforas presentaron una escasa representación, se describen las más frecuentes, que corresponden al 86% del total de las expresiones metafóricas identificadas.

La metáfora que presentó mayor frecuencia de mención fue LA CONFIANZA ES UNA PARTE CENTRAL DE UNA CONSTRUCCIÓN (un 27%). Esta metáfora agrupa expresiones metafóricas que establecen la correspondencia entre partes importantes de una construcción (cimientos, piedra angular, base, pilar) y la confianza como parte esencial de las relaciones interpersonales.

La segunda metáfora con alta frecuencia de mención fue LA CONFIANZA ES UNA SITUACIÓN SEGURA (un 18%). Esta metáfora agrupa expresiones metafóricas que establecen la correspondencia entre situaciones seguras en un contexto riesgoso (no me apuñalarán por la espalda; meter la cabeza dentro de la boca de un león y saber que no pasará nada; vendarme los ojos y caminar seguro) y la situación de confianza, que genera una sensación de seguridad en el marco de los posibles riesgos de las relaciones interpersonales.

El tercer lugar en frecuencia de mención lo obtuvo la metáfora LA CONFIANZA ES UNA PARTE ESENCIAL DE UNA MÁQUINA (10%). Esta metáfora agrupa expresiones metafóricas que establecen la correspondencia entre partes esenciales de una máquina que permiten su buen funcionamiento y movimiento (un combustible, un lubricante, el motor), y que la confianza es una parte esencial de las relaciones interpersonales y permite un adecuado desarrollo.

En cuarto lugar en frecuencia de mención resultó la metáfora LA CONFIANZA ES UN LAZO (un 9%). Esta metáfora agrupa expresiones metafóricas que establecen la correspondencia entre un lazo que permite unir objetos (hilo, lazo, cordón umbilical, cuerda) y la confianza, que cohesionan a las personas que establecen relaciones interpersonales.

El quinto lugar en frecuencia de mención fue para LA CONFIANZA ES UN OBJETO VALIOSO (un 9%). Esta metáfora agrupa expresiones metafóricas que establecen la correspondencia entre poseer un objeto valioso (una barra de cristal

inmaculada, una cajita de oro, un arnés para escalar, un tesoro) y la confianza como un valor que pueden adquirir las relaciones interpersonales.

En sexto lugar en frecuencia de mención se encontró la metáfora LA CONFIANZA ES UN ORGANISMO VIVO (un 6%). Esta metáfora agrupa expresiones metafóricas que establecen la correspondencia entre ser un organismo vivo que crece y da frutos (semilla, árbol, plantas, bosque), y la confianza interpersonal que puede fortalecerse y tener efectos beneficiosos.

El séptimo lugar en frecuencia de mención correspondió a la metáfora LA CONFIANZA ES UN ALIMENTO (un 6%). Esta metáfora agrupa expresiones metafóricas que establecen la correspondencia entre alimentos que permiten la existencia de la vida (oxígeno, aire, agua, fertilizante) y la confianza como factor esencial para el desarrollo de las relaciones interpersonales. En la Tabla 1, se presenta la cantidad de expresiones metafóricas producidas correspondientes a cada metáfora conceptual.

b) Las dimensiones de la confianza interpersonal

Al realizar un análisis del contenido de las expresiones metafóricas, fue posible reconocer que ellas dan cuenta de diferentes dimensiones del concepto confianza. Al agrupar las que referían a un mismo contenido, se logró identificar nueve dimensiones de la confianza interpersonal. Éstas se dividieron en dos grupos, según su relevancia en el marco del total de expresiones producidas. El primer grupo está compuesto por cuatro dimensiones que equivalen al 82% de las expresiones metafóricas elaboradas por los estudiantes. El segundo grupo corresponde a las cinco dimensiones con menor representación en el corpus de expresiones (ver Tabla 2). El detalle de las dimensiones es el siguiente:

La confianza es la esencia de las relaciones interpersonales. Ésta es la dimensión de la confianza que más expresiones metafóricas incluye (un 33% del total). Ejemplos de expresiones metafóricas son las siguientes: “la confianza es como el cimiento de una gran estructura”, “la confianza es como los pilares de las relaciones interpersonales”, “la confianza es tan esencial como el agua para un niño”

y “la confianza es tan esencial como el oxígeno en las relaciones interpersonales”. Los participantes del estudio conciben la confianza como un componente muy importante para la existencia de relaciones interpersonales. Las expresiones metafóricas utilizadas parten fundamentalmente de las metáforas LA CONFIANZA ES UNA PARTE CENTRAL DE UNA CONSTRUCCIÓN y, en segundo lugar, LA CONFIANZA ES UN ORGANISMO VIVO.

La confianza facilita el desarrollo de las relaciones interpersonales. En un porcentaje menor, un 22%, se hizo referencia a la función de la confianza como facilitadora de las relaciones interpersonales. Ejemplos de expresiones metafóricas son las siguientes: “la confianza es como el combustible de todo vehículo”, “la confianza es como el motor de las relaciones humanas, que hace que el auto funcione”, “la confianza es como una semilla que se pone en la tierra fértil” y “la confianza es como el alimento que necesita una persona para seguir creciendo”. Esta dimensión se refiere a que la confianza permite a las personas desarrollar sus relaciones interpersonales. Dicho de otra manera, tiene la función de mantener unidas a las personas. Las expresiones más frecuentes para referirse a es-

ta dimensión corresponden principalmente a las metáforas LA CONFIANZA ES UN LAZO, LA CONFIANZA ES UNA PARTE ESENCIAL DE UNA MÁQUINA y LA CONFIANZA ES UN ORGANISMO VIVO.

La confianza genera un sentimiento de seguridad y certeza. Esta dimensión representó un 21% de las expresiones metafóricas obtenidas, entre las cuales se destacan: “la confianza es como meter la cabeza dentro de un león y saber que no te va a pasar nada”, “la confianza es como vendarme los ojos y caminar seguro guiado por otro”, “la confianza es como jugar al sube y baja, uno está tranquilo porque sabe que no me van a dejar caer” y “la confianza es como un cheque a fecha y con pago al portador, es decir, en su debido momento se tiene la certeza”. Esta dimensión tiene un fuerte componente emocional. La experiencia se asocia a que el miedo o la incertidumbre desaparezcan y que, en cambio, exista una sensación positiva de seguridad. La confianza tendría, entonces, la propiedad de que lo peligroso y lo difícil deje de serlo. Las metáforas vinculadas a esta dimensión fueron: LA CONFIANZA ES UNA SITUACIÓN SEGURA y, en un porcentaje bastante menor, LA CONFIANZA ES UN INTERCAMBIO ECO-

TABLA 2
Expresiones metafóricas por cada dimensión de la confianza interpersonal

Dimensión de la confianza interpersonal	Expresiones metafóricas
1. Es la esencia de las relaciones interpersonales	37
2. Genera un sentimiento de seguridad y certeza	27
3. Facilita el desarrollo de las relaciones interpersonales	26
4. Requiere de esfuerzo y cuidado	12
5. Permite la ayuda y la colaboración	7
6. Es frágil	5
7. Es necesaria para la comunicación	4
8. Es estar dispuesto a correr riesgos	3
9. Implica establecer acuerdos	3
Total	124

NÓMICO y LA CONFIANZA ES UN OBJETO VALIOSO.

La confianza requiere de esfuerzo y cuidado. Esta dimensión sólo representó un 10% de las expresiones metafóricas obtenidas. Ejemplos de expresiones metafóricas son las siguientes: “la confianza es como un enorme rompecabezas que se construye poco a poco, con dedicación y cuidado”, “la confianza es como un largo y tortuoso camino ascendente”, “la confianza es como una semilla que debe ser cultivada y cuidada, o si no se marchita y muere” y “la confianza es como el sueldo, muchas personas trabajan duro para obtenerla”. Esta metáfora muestra que la confianza no es algo dado a las personas, sino que es difícil y complejo de lograr. Es preciso hacer un esfuerzo sostenido, disciplinado, para mostrar a la otra persona que uno es digno de ser confiable. En esta dimensión se utilizaron seis metáforas diferentes, la más frecuente de las cuales fue LA CONFIANZA ES UN OBJETO VALIOSO.

El segundo grupo de cinco dimensiones corresponde a un porcentaje significativamente menor de expresiones metafóricas, aproximadamente un 18%.

La confianza permite la ayuda y la colaboración. Ejemplos de expresiones metafóricas son los siguientes: “la confianza es como la solidaridad de las abejas en la colmena de las relaciones humanas” y “la confianza es un bosque, ya que me acuerdo de una historia en la cual todos los árboles se sostenían unos a otros para poder resistir el viento de otoño”. Esta dimensión enfatiza un aspecto que los investigadores sociales han recalado sobremanera: la confianza facilita la cooperación entre las personas. En esta dimensión se utilizaron dos metáforas: LA CONFIANZA ES UN ANIMAL Y UN ORGANISMO VIVO.

La confianza es frágil. Ejemplos de expresiones metafóricas en esta dimensión son las siguientes: “la confianza es como una barra de cristal inmaculada que si se rompe ya no sirve”, “la confianza es como una cáscara de huevo, frágil, ya que cualquier situación puede hacer que requiebre, dejando de cumplir su función” y “la confianza es poseer algo frágil, por ejemplo, un objeto de vidrio”. Esta di-

mensión resalta que se trata de una actitud que, de no ser confirmada fácilmente, desaparece. Se puede considerar que está muy relacionada con la dimensión “Requiere de esfuerzo y cuidado”. La metáfora utilizada en esta dimensión fue: LA CONFIANZA ES UN OBJETO VALIOSO.

La confianza es necesaria para una comunicación. Ejemplos de expresiones metafóricas que dan cuenta de esta dimensión son las siguientes: “cuando hay confianza me puedo mostrar ante ti, tal cual soy, sin caretas ni vestiduras”, “cuando hay confianza entre dos personas, existe un pasillo que las une, permitiendo el flujo en ambos sentidos” y “la confianza es un puente que permite que se conecten dos mundos de ideas e intenciones distintas, y que permite que el intercambio entre ellos se haga a través de este puente”. Esta dimensión se refiere al importante rol que tiene la comunicación fluida, frecuente y honesta para que se dé la confianza entre las personas. Se utilizaron dos metáforas: LA CONFIANZA ES UN OBJETO VALIOSO y LA CONFIANZA ES UNA PARTE CENTRAL DE UNA CONSTRUCCIÓN.

La confianza implica estar dispuesto a correr riesgos. Ejemplos de expresiones metafóricas son las siguientes: “la confianza es como meter las manos al fuego por la otra persona”, “la confianza es como poner las manos al fuego por alguien ante algo que ha hecho” y “la confianza es un arma de doble filo”. Esta dimensión hace énfasis en una actitud que debe mostrar quien confía en otro: estar dispuesto a correr un riesgo. De acuerdo con los investigadores, este punto es central: la confianza emerge en contextos de interdependencia y quien confía opta por correr un riesgo y quedar vulnerable ante el otro. La metáfora utilizada fue: LA CONFIANZA ES UNA SITUACIÓN SEGURA.

La confianza implica un acuerdo entre personas. Ejemplos de expresiones metafóricas son las siguientes: “la confianza es como un pacto que permite que distintas partes puedan desarrollarse en forma recíproca” y “la confianza es un código de lealtad entre dos o más personas”. Esta dimensión destaca que para que exista confianza es necesario que las expectativas de las partes sean compartidas. Además, se puede suponer que involucra que las

personas cumplan sus promesas. Todas las expresiones consideradas en esta dimensión correspondieron a la metáfora conceptual LA CONFIANZA ES UN CONTRATO.

En la Tabla 2, se presenta la cantidad de expresiones metafóricas en cada una de las nueve dimensiones de la confianza interpersonal.

c) Propuesta de relación entre las dimensiones

En términos generales, de los resultados expuestos se pueden establecer las siguientes relaciones entre las dimensiones propuestas. Se puede observar que tres de ellas hacen referencia a condiciones para la existencia de confianza: se requiere una buena comunicación, se requiere de esfuerzo y cuidado, y se requiere que existan acuerdos. Otras tres dimensiones corresponden a características inherentes a la naturaleza de la confianza: es un componente esencial de las relaciones interpersonales, implica correr riesgos y es frágil. Las tres dimensiones restantes se refieren a sus efectos o consecuencias: genera un sentimiento de seguridad y certeza, permite el desarrollo de las relaciones interpersonales y permite la ayuda y cooperación.

Discusión

Frente al hecho de que la confianza resulta un concepto “pantanosos” (Rämö, 2004) y con respecto al cual existe confusión conceptual (Kim, 2005; Lane & Bachmann, 2000; Solomon & Flores, 2001), el primer objetivo de esta investigación fue establecer cuáles son las metáforas más utilizadas por los estudiantes para describir la confianza interpersonal. Se estima que las 17 metáforas identificadas conforman un amplio repertorio, lo que mostraría que los estudiantes tienen una amplia variedad de formas de conceptualizar la confianza, y confirmaría que es consustancial a la naturaleza humana el uso cotidiano de la metáfora conceptual (Cornelissen, 2003; Moser, 2000).

Para los estudiantes no fue una actividad difícil expresarse metafóricamente sobre la confianza. De hecho, elaboraron en promedio 1.5

expresiones metafóricas, y algunos produjeron más de una. Estos resultados pueden también comprenderse bajo el supuesto de que la metáfora conceptual es uno de los componentes de los procesos de estructuración del conocimiento de los humanos (Lakoff & Johnson, 2004).

De las 17 metáforas identificadas, se destacan las 7 primeras, que son utilizadas en el 86% de las expresiones metafóricas producidas en esta investigación. Con la excepción de la metáfora LA CONFIANZA ES UNA SITUACIÓN SEGURA, las otras 6 metáforas son descritas por Kövecses (2002) como usuales en la descripción de las relaciones de amistad. Es decir, se ha encontrado que las mismas metáforas utilizadas para describir la amistad se utilizan para describir la confianza. Acorde con el supuesto planteado en la revisión bibliográfica, los resultados podrían estar mostrando que las relaciones de amistad suponen la existencia de confianza.

Las metáforas LA CONFIANZA ES UNA PARTE CENTRAL DE UNA CONSTRUCCIÓN (la más citada), ES UNA PARTE ESENCIAL DE UNA MÁQUINA (la tercera más citada) y ES UN ORGANISMO VIVO (sexta más citada) tienen en común que son expresiones convencionales y se utilizan para representar sistemas complejos (Kövecses, 2000, 2002). Se podría plantear la hipótesis de que los estudiantes que utilizaron estas metáforas, implícitamente, tienen la concepción de que el significado de la confianza no se puede comprender aisladamente, sino vinculado a un concepto complejo, como es el de las relaciones interpersonales.

La metáfora LA CONFIANZA ES UN LAZO también es congruente con los resultados obtenidos por Kövecses (2002). La mención de un lazo es un enunciado convencional y enfatizaría la existencia de estabilidad en las relaciones de confianza.

Un hallazgo no esperado fue la alta frecuencia de la metáfora LA CONFIANZA ES UNA SITUACIÓN SEGURA, ya que no está citada en los trabajos de Kövecses (2000, 2002). Esto podría estar relacionado con que esta metáfora es específica para aproximarse al tema de la confianza interpersonal; en cambio, las anteriores metáforas

son compartidas con el concepto más amplio de buenas relaciones interpersonales. Cabe destacar que en esta metáfora las producciones metafóricas mostraron un alto grado de originalidad, lo que mostraría la utilización de un pensamiento creativo en su elaboración.

Otro hallazgo no esperado fue que la metáfora LA CONFIANZA ES UN INTERCAMBIO ECONÓMICO tenga escasa representación en el corpus. Resulta de interés que, por una parte, Kövecses (2000, 2002) refiera que es aplicada a la conceptualización de las relaciones humanas y, por otra parte, la teoría del intercambio social (el marco teórico más relevante para analizar la confianza interpersonal en el contexto norteamericano) conciba fundamentalmente las relaciones impersonales como intercambios. Este resultado podría indicar que en nuestra cultura las relaciones interpersonales no se conciben mayoritariamente como intercambios o transacciones.

Con relación al segundo objetivo (establecer qué dimensiones del concepto de confianza interpersonal son mencionadas cuando se producen expresiones metafóricas), se logró identificar nueve dimensiones. Estos resultados muestran que la perspectiva desde el mundo no científico enriquece la mirada de este tema, con una semántica rica y que permite comprender la confianza de una manera más vivencial. Desde una perspectiva lingüística, todas las dimensiones están aportando, en distinto grado, al significado del concepto, en la medida en que permiten visualizar una estructura compleja, que da buena cuenta de su complejidad.

La dimensión de la confianza más frecuente fue “la confianza es esencial para las relaciones interpersonales”, que constituye, además, uno de los aspectos más resaltados por los investigadores. Este resultado estaría mostrando que se reconoce la estrecha relación existente entre confianza y buenas relaciones interpersonales. La segunda dimensión más citada fue “la confianza genera un sentimiento de seguridad y certeza”. A partir de ésta se puede reconocer una consecuencia escasamente tratada en las investigaciones sobre el tema: la relación entre confianza y bienestar psicológico personal. La tercera dimensión más citada fue “la

confianza facilita el desarrollo de las relaciones interpersonales”. En este caso se concibe el concepto como un proceso a través del tiempo, que requiere ser gradualmente fortalecido. La cuarta dimensión más citada fue “la confianza requiere de esfuerzo y cuidado”. Se enfatizaría que el desarrollo de la confianza precisa que las personas sean cuidadosas de cumplir las expectativas de los otros. Se acepta que es difícil, lo cual probablemente se relacione con que las personas deben cumplir sus promesas y ser consistentes entre su decir y su actuar.

Un segundo grupo de dimensiones (del quinto al noveno lugar, en porcentaje de menciones) no obtuvo un número significativo de expresiones. La quinta dimensión fue “la confianza permite la ayuda y la colaboración”. Al igual que en las investigaciones sobre confianza, se manifiesta aquí la estrecha relación existente entre confianza y colaboración. La sexta dimensión fue “la confianza es frágil”. Estrechamente relacionado con la cuarta dimensión, se concibe que es fácil que las expectativas de confianza sean defraudadas. La séptima dimensión fue “la confianza es necesaria para la comunicación”. Acorde con lo planteado por muchos estudios, esta investigación también encontró que la existencia de comunicación fluida y frecuente es un factor importante para construir confianza. La octava dimensión fue “la confianza es estar dispuesto a correr riesgos”; desde este punto de vista, confiar implicaría un estado de vulnerabilidad ante otros, factor en que existe alto consenso entre los investigadores. Por último, la novena dimensión fue “la confianza implica establecer acuerdos”. Se podría sostener que la comunicación *per se* no lleva a la confianza, si no se vincula con la capacidad de los participantes de llegar a compartir percepciones del mundo y establecer acuerdos.

Con respecto a la propuesta de relaciones entre las dimensiones, se pudo reconocer que algunas de éstas tenían estrechas relaciones entre sí, de modo, que se formaron tres grupos. En el primero, las condiciones para la existencia de la confianza, los participantes destacan importantes elementos que se deben tener en consideración en el proceso de interacción social; sin embargo, también se tiene que reconocer la exclusión de algunos aspectos

relevantes que los investigadores señalan cuando estudian este tema. Con base en el modelo de Mayer et al. (1995), por ejemplo, no se mencionó la percepción de confiabilidad del otro, y sólo tangencialmente la predisposición a confiar. Este hecho podría indicar que las personas consideran que la confianza se crea fundamentalmente a partir de prácticas sociales concretas que muestran quienes interactúan (buena comunicación, esfuerzo, cuidado y cumplir acuerdo), más que a partir de las expectativas que se tienen acerca de cómo es el otro o las predisposiciones internas de quien confía.

Con respecto a los dos restantes grupos, se destacará que entre los efectos de la confianza se menciona la experiencia emocional de sentirla. Son muy escasas las investigaciones que indagan sobre el sentimiento de seguridad y certidumbre asociadas a la experiencia de la confianza (Houman & Kumar, 2006). Por ende, se estima que futuras investigaciones deberían estudiar dicha temática.

La presente investigación presentó algunas limitaciones. Se utilizó un cuestionario estructurado, lo que produce expresiones metafóricas con algún grado de artificialidad, de modo que pueden existir ciertas diferencias con las expresiones que realmente las personas utilizan en su cotidianidad. Por otra parte, la muestra de estudiantes participantes del estudio pertenecía sólo a dos carreras; es posible que al ampliar el estudio a otras carreras, los resultados muestren diferencias significativas. Sin duda, la percepción de confiabilidad del otro está sujeta a variaciones culturales (Yáñez, 2006).

Finalmente, aunque los datos obtenidos fueron analizados sistemática y rigurosamente, el proceso de análisis fue interpretativo. De acuerdo con Steger (2007) y Semino et al. (2004), se estima que el proceso de análisis de las metáforas tiene ciertas dificultades metodológicas. Aún no existen reglas explícitas para el análisis e interpretación de las expresiones metafóricas de los discursos, por ende, toma tiempo su análisis y está sujeto a la experticia de los investigadores.

Referencias

- Alarcón, P., Cornejo, M., Muñoz, C., Osorio, J., Rivano, E. & Saavedra, N. (Eds.) (2004). *Lenguaje y cognición. Estudios en lingüística cognitiva*. Concepción: Lingüística Universidad de Concepción.
- Bruner, J. (1995). *Actos de significado: más allá de la revolución cognitiva*. Madrid: Alianza.
- Cornelissen, J. (2003). Metaphor as a Method in the Domain of Marketing. *Psychology & Marketing*, 20 (3), 209-225.
- El-Sawad, A. (2005). Becoming a "Lifer"? Unlocking Career through Metaphor. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 23-41.
- Ferres, N., Connell, J. & Travaglione, A. (2004). Co-worker Trust as a Social Catalyst for Constructive Employee Attitudes. *Journal of Managerial Psychology*, 19 (6), 608-622.
- Gill, H, Boies, K., Finegan, J. & McNally, J. (2005). Antecedents of Trust: Establishing a Boundary Condition for the Relation between Propensity to Trust and Intention to Trust. *Journal of Business and Psychology*, 19 (3), 287-302.
- Houman, P. & Kumar, R. (2006). Emotions, Trust and Relationship Development in Business Relationships: A Conceptual Model for Buyer-seller Dyads. *Industrial Marketing Management*, 35, 522-535.
- Kim, S. (2005). The Role of Trust in the Modern Administrative State. *Administration & Society*, 37 (5), 611-635.
- Kövecses, Z. (2000). *Metaphor and Emotion. Language, Culture, and Body in Human Feeling*. New York: Cambridge University Press.
- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A Practical Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Kramer, R. (1999). Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions. *Annual Review of Psychology*, 50, 569-598.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2004). *Metáforas de la vida cotidiana* (6a Ed.). Madrid: Cátedra.
- Lane, C. & Bachmann, R. (2000). *Trust within and between Organizations*. Great Britain: Oxford University Press.
- Luhmann, N. (1996). *Confianza*. México: Siglo XXI.

- Mayer, R., Davis, J. & Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20 (3), 709-734.
- Morrow, J., Hansen, M. & Pearson, A. (2004). The Cognitive and Affective Antecedents of General Trust within Cooperative Organizations. *Journal of Managerial Issues*, 16 (1), 48-64.
- Moser, K. (2000). Metaphor Analysis in Psychology - Method, Theory, and Fields of Application. Forum: Qualitative Social Research. Recuperado el 6 de octubre de 2007, de: <http://qualitative.research.net/fqs/fqs-e/2-00inhalt-e.htm>
- Osorio, J. (2004). Elaboración discursiva metafórica y comprensión conceptual. En P. Alarcón, M. Cornejo, C. Muñoz, J. Osorio, E. Rivano & N. Saavedra, N. *Lenguaje y cognición. Estudios en lingüística cognitiva*. Concepción: Lingüística Universidad de Concepción.
- Parsons, S., Brown, P. & Worley, V. (2004). A Metaphor Analysis of Preservice Teacher' Reflective Writings about Diversity. *Curriculum and Teaching Dialogue*, 6 (1), 49-58.
- Rämö, H. (2004). Moments of Trust: Temporal and Spatial Factors of Trust in Organizations. *Journal of Management Psychology*, 19 (8), 760-775.
- Saban, A., Kocbeker, B. & Saban, A. (2007). Prospective Teachers' Conceptions of Teaching and Learning Revealed Through Metaphor Analysis. *Learning and Instruction*, 17 (2), 123-139.
- Schmitt, R. (2005). Systematic Metaphor Analysis as a Method of Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 10 (2), 358-394.
- Semino, E., Heywood, J. & Short, M. (2004). Methodological Problems in the Analysis of Metaphors in a Corpus of Conversations about Cancer. *Journal of Pragmatics*, 36, 1271-1294.
- Solomon, R. & Flores, F. (2001). *Building Trust*. New York: Oxford University Press.
- Steger, T. (2007). The Stories Metaphors Tell: Metaphors as a Tool to Decipher Tacit Aspects in Narratives. *Field Methods*, 19, 3-23.
- Tschannen-Moran, M. & Hoy, W. (1998). Trust in Schools: A Conceptual and Empirical Analysis. *Journal of Educational Administration*, 36 (4), 334- 352.
- Yañez, R. (2006). Los componentes de la confiabilidad en las relaciones interpersonales entre profesores universitarios. *Estudios Pedagógicos*, 32 (1), 77-90.

Copyright of Universitas Psychologica is the property of Pontificia Universidad Javeriana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.