

Una explicación de la comunicación en las
Organizaciones desde conceptos sociológicos



DIANA PAOLA BAENA VALENCIA

UNIVERSIDAD DE
MANIZALES

UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
MANIZALES

2005

1

UNA EXPLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS
ORGANIZACIONES DESDE CONCEPTOS SOCIOLÓGICOS

Informe Final

DIANA PAOLA BAENA VALENCIA

Proyecto de grado para optar al título de
Comunicadora Social y Periodista



Directora

Eliana Herrera Huérfano

Comunicadora Social y Periodista

UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
MANIZALES

2005

2



***“A mis padres por su apoyo y sabiduría,
este logro es también de ellos”***

CONTENIDO

	Pág.
1. ANTECEDENTES	1
1.1 Factuales	1
1.2 Especializaciones	1
1.3 Académicos	4
1.3.1 Trabajos de Grado	4
1.3.2 Publicaciones bibliográficas	9
2. JUSTIFICACIÓN	15
3. HIPÓTESIS	18
4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
5. OBJETIVOS	20
6. METODOLOGÍA	21
7. MARCO TEÓRICO	22
7.1 De la importancia de la abstracción	22
7.2 Campo cultural	25
7.3 La comunicación desde conceptos sociológicos	40
7.3.1 Interacción = comunicación	41
7.3.2 Funcionalidad de la comunicación	44
7.3.3 Los significados en la comunicación	50

7.3.4 El sentido de la comunicación	56
7.4 La organización desde conceptos sociológicos	63
7.4.1 Organización y estructura	63
7.4.2 Organización y la acción de los miembros	68
7.4.3 Organización y articulación económica a través del trabajo	71
7.5 Explicación de la Comunicación en las organizaciones desde conceptos sociológicos	75
8. CONCLUSIONES	85
9. BIBLIOGRAFÍA	88



1. ANTECEDENTES

1.1 FACTUALES:

Esta inquietud surge bajo la necesidad de recurrir a referentes teóricos cuando se busca explicar la Comunicación en las organizaciones. Aunque sus estudios son recientes, no debe justificarse en ello, para comprenderse y mantenerse únicamente desde los modelos teóricos administrativos, el sentido común etc. Además, en la actualidad y de acuerdo con las demandas del mercado y los nuevos modelos económicos, la comunicación en las organizaciones está adquiriendo gran relevancia en las empresas e instituciones y debe contar con referentes teóricos que la avalen en la práctica laboral.

1.2 ESPECIALIZACIONES:

En el país y el mundo existen, de igual modo, universidades que cuentan con especializaciones en este subcampo de la Comunicación, que confirman el interés por éste y su “boom”. Entre éstas están:

La Corporación Universitaria Autónoma de Occidente, en Santiago de Cali ofrece una especialización en *Comunicación Organizacional* que, a grandes rasgos, tiene como objetivo proporcionar al medio empresarial y social del Valle del Cauca y del país, profesionales capaces de dinamizar procesos de comunicación que posibiliten y armonicen las relaciones de las organizaciones con su público y con el entorno, contribuyendo al desarrollo sostenible de la nación. Se apoya en los

procesos administrativos como fundamento teórico y en diagnósticos empresariales como complementos prácticos.

La Universidad de Antioquia, de Medellín, cuenta con una especialización que se titula igual a la anterior, aunque ésta ofrece como referente teórico el de las teorías de la organización, busca reconocer las teorías que aportan para comprender los fenómenos organizacionales, generar un espacio para la reflexión acerca de la realidad organizacional y brindar los fundamentos metodológicos para evaluar e intervenir en el desarrollo organizacional de una institución o empresa a través de la comunicación.

Gerencia de la Comunicación Organizacional es la especialización que ofrece la Universidad de La Sabana, en Bogotá, que incluye en sus módulos la sociología de la empresa y realidades sociológicas como los movimientos sociales. Del mismo modo, la Universidad Pontificia Bolivariana también ofrece una especialización en esta área, apoyada en las teorías administrativas, con el mismo nombre que el postgrado anterior.

En el mundo existen entre otros, estudios, como la *Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional* de la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito, Ecuador. Su objetivo es formar profesionales con conocimiento del área de la comunicación y la administración organizacional, apoyados en una sólida formación humanística. Algunos de los campos estudiados son: las ciencias de la comunicación, relaciones públicas, ciencias humanas y sociales, ciencias de la administración, investigación, lenguaje y redacción.

En Perú, la Universidad Nacional Mayor de San Marcos cuenta con la especialización de *Comunicación Organizacional*. Dentro de sus objetivos está proporcionar a los estudiantes, las bases para conocer las diversas teorías sobre las organizaciones y la comunicación en las organizaciones y las diferentes perspectivas teóricas - metodológicas y técnicas de investigación en la comunicación en las organizaciones.

Por su parte, la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, Cuba, cuenta con varias líneas de investigación en sus estudios sobre la Historia y Desarrollo de la Sociedad, sobre este subcampo:

La línea de la información y la comunicación en las organizaciones, cuyos objetivos son: estudiar las regularidades de los procesos informacionales en el ámbito de las organizaciones, desarrollar aplicaciones que favorezcan elevar la visibilidad, calidad, productividad y resultados globales de las unidades de información y validar resultados obtenidos en países desarrollados en la aplicación de técnicas y tecnologías de la gestión de la información y del conocimiento, desarrollando los ajustes que se derivan de las condiciones particulares de Cuba.

La *Comunicación Organizacional* es otra de las líneas para investigar; se basa especialmente en el conocimiento de un enfoque marxista que se ajusta a las características y necesidades del entorno cubano; a través de la aplicación de metodologías para el estudio de diagnósticos de comunicación organizacional, a fin de contribuir al perfeccionamiento de empresas, instituciones y organizaciones en general y, así poder proponer modelos y estrategias de comunicación organizacional en sus diferentes campos, que se ajusten a necesidades de empresas e instituciones.

1.3 ACADÉMICOS:

1.3.1 TRABAJOS DE GRADO

Aunque este subcampo de la comunicación es reciente, algunas de las facultades del país y del mundo se han encontrado preocupadas por ella, por tal razón existen diferentes trabajos sobre el mismo, pese a esto, se trata de temas específicos de la Comunicación en las organizaciones que, a decir verdad, no obedecen a propuestas teóricas, más bien, se trata de propuestas prácticas para organizaciones concretas; es decir, no existe un modelo teórico ni práctico que pueda aplicarse como referente general a cualquier tipo de organización y mucho menos un trabajo de grado que sea tan pretencioso para considerarse como una apuesta teórica que contribuya al papel de la academia.

Las especializaciones y libros existentes de este subcampo buscan dar un aval teórico a su estudio particular, mediante las teorías administrativas y explicaciones situacionales (ejemplos).

Así las cosas, la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales cuenta con varios de estos trabajos, a saber: en 1999, el proyecto de grado, *Modelos administrativos y modelos comunicativos en la fábrica de Café Liofilizado*, de Luisa Fernanda Velásquez C., buscó “identificar el modelo de comunicación que subyace a los procesos de desarrollo organizacional en la empresa moderna con base en un estudio de caso sobre la Fábrica de Café

Liofilizado ubicada en Chinchiná”¹. Sin embargo, en realidad el trabajo diseña una estructura organizacional “ideal”, que acoplada al modelo administrativo de la fábrica, logra una fusión de un único modelo de comunicaciones que mejore la productividad de la fábrica; es decir, se desarrolló una reingeniería a la fábrica, después de contar cada uno de los procesos de la misma y de establecer algunas relaciones entre teorías administrativas y las teorías de la comunicación.

De igual modo, en 1999, el proyecto de grado, *El papel de la comunicación en el proceso de servicio al cliente*, pretendió “identificar la incidencia de la comunicación en los procesos de servicio al cliente en una empresa del sector eléctrico colombiano. Caso: Central Hidroeléctrica de Caldas S.A. E.S.P.”²

La comunicación organizacional en el sector público de Manizales: Diagnóstico y propuesta para la creación de un departamento de comunicaciones en la Alcaldía de Manizales, realizado en el 2000, por Paula Andrea Bedoya Gómez, fue otro proyecto de investigación que buscó, después de desarrollar un diagnóstico para conocer la situación real de la corporación, diseñar el departamento de comunicaciones, con los respectivos cargos y manuales de funciones.

En el 2001, el proyecto de grado, *Comunicación organizacional y calidad en industrias Lehner S.A.* intentó establecer la función de la Comunicación Organizacional en el interior de la Industria en mención, aplicada al proceso

¹ VELÁSQUEZ, C. Luisa Fernanda. Modelos administrativos y modelos comunicativos en la Fábrica de Café Liofilizado. Chinchiná, Colombia.1999. Universidad de Manizales. Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

² CORTÉS, T. Mónica Sofía. El papel de la comunicación en el proceso de servicio al cliente. Manizales, Colombia.1999. Universidad de Manizales. Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

específico de Certificación de Calidad, “etapa clave para el desarrollo de la capacidad competitiva de esta empresa”³.

Y en el 2002, el proyecto de grado *Implementación de un Plan Estratégico Interno de Comunicaciones, como mecanismo para el fortalecimiento institucional y la obtención del premio de calidad en salud Colombia IPS Hospital El Tunal – empresa social del estado, Bogotá D.C.*, del estudiante Federico Alfredo Ramírez Castillo, contiene el diseño de un plan estratégico de comunicaciones para dicho Hospital. A través de la implementación y difusión de dicho plan, se cursó para obtener el premio Nacional de Calidad en salud IPS, que otorga el Centro de Gestión Hospitalaria GEHOS a este tipo de organizaciones.

Este Plan estratégico tiene como enfoque principal el de la comunicación interna a fin de, según el autor, capacitar y orientar a sus clientes internos, a través de diversos mecanismos de socialización; de proyectar sus servicios con base en la alta calidad para alcanzar la satisfacción integral de sus públicos, y lograr un reconocido posicionamiento en el mercado. Al igual que otras investigaciones, se recurre a las teorías administrativas para dar cuenta de la comunicación organizacional, como la llama Federico Alfredo Ramírez Castillo; y acude a la teoría funcionalista, que, según el autor, es utilizada en las diferentes ciencias sociales para explicar cómo debe ser la comunicación en las instituciones concluye, el modelo de comunicación funcionalista disminuye la incertidumbre y la tensión de los trabajadores.

Finalmente, en 1999, la revista *Escribanía* publicó los resultados del proyecto inaugural de la línea de investigación en Comunicación Organizacional, titulado *La*

³ GIRALDO, J. Alexandra. *Comunicación Organizacional y Calidad en industrias Lehner S.A. Manizales*. 2001. Universidad de Manizales. Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

Comunicación Empresarial en Caldas; en éste se apunta: “el autor trata de demostrar cómo el grado de institucionalización de la función comunicacional en las empresas, esto es, la medida en que se asume la comunicación como un proceso administrativo en las organizaciones del sector productivo, refleja el estadio de desarrollo en que se encuentran éstas y la sociedad que les sirve de escenario”⁴.

Otras facultades de Comunicación Social en el país también cuentan con proyectos de grado en esta área, pero de igual modo son casos específicos, como el de la Fundación Universitaria de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, con el proyecto de grado *La Creación del departamento de comunicaciones para la gobernación de Caldas*, realizado en 1998; que buscó diseñar un departamento de Comunicaciones para la institución gubernamental mencionada en Caldas, que supliera diferentes debilidades de tipo estructural y que a su vez estuviera dividido en tres tipos de áreas: comunicación externa (radio, prensa, televisión), comunicación interna y relaciones públicas (mercadeo, publicidad, protocolo e imagen corporativa).

Así mismo, la Pontificia Universidad Javeriana cuenta con algunos de estos trabajos de grado como el de la *Gestión de información y comunicación*. Entre éstos, *el caso hotel La Fontana*, en 1996 y *La comunicación: Eje de los procesos de Calidad Total en las organizaciones Aga Fano y Acasa*, realizado en 1997 y que obedece a las necesidades de las organizaciones limitadas por el entorno global en el que se encuentran, gracias al libre mercado.

También existe una monografía para optar el título de Especialistas en Alta Gerencia con énfasis en calidad, de la Universidad Nacional de Colombia con

⁴ ARIAS M., Juan Guillermo. La Comunicación Empresarial en Caldas. En: REVISTA ESCRIBANÍA # 2. Enero - Junio de 1999. Pág.25.

sede en Manizales y otra en la Universidad de Antioquia, titulada *Gerencia del Servicio: Una propuesta de Comunicación que facilite la cultura de servicio en la Central Hidroeléctrica de Caldas S.A.*, efectuada en 1997.

Por su parte, la Universidad Complutense de Madrid, reconocida en el mundo por su Facultad de Ciencias de la Información, ha recopilado algunas monografías al respecto realizadas por los profesores del área Organizacional, como son:

Desarrollo de la organización y cultura de la empresa. 1990

Sociología industrial y de los recursos humanos. 1994

Tres culturas: Organización y recursos humanos. 1994

La cultura de la empresa. 1996

La comunicación de riesgos mayores. 1997

Teorías y técnica de las relaciones públicas: Comunicación e imagen corporativa. 1997.

Desarrollo e historia de la teoría y técnicas de las relaciones públicas. 1997.

Estrategias de comunicación organizacional en marketing. 2000

En la Universidad Iberoamericana de México se destaca un trabajo de grado titulado *Estudio sobre efectividad y pautas comunicativas en el fenómeno del liderazgo*. Nosnik, autor del trabajo, se preocupa por las concepciones que sostienen que las teorías no son aplicables, y que las aplicaciones exitosas se dan más allá de posibles conceptualizaciones del fenómeno en cuestión, y califica de trágico para los profesionales el que se dedican a la investigación social, hasta llegar a rechazar las teorías, por considerarlas poco aplicables a situaciones prácticas. Para ello acude a la orientación práctica de la investigación organizacional, que demanda del comunicólogo aplicar su instrumental conceptual

y metodológico a escenarios donde pueda evaluar el mérito explicativo de ese instrumental.

No obstante, los trabajos de grado consultados, como se explica al comienzo de este ítem, obedecen a necesidades específicas, casos prácticos que no se argumentan desde referencias teóricas, incluso la mayoría fue pensada para una organización “x” y difícilmente podría aplicarse a otras organizaciones con necesidades distintas.

1.3.2 PUBLICACIONES BIBLIOGRÁFICAS:

Algunos de los libros consultados y existentes en la biblioteca de la Universidad de Manizales, contienen en general los mismos temas acerca del subcampo mencionado: La comunicación en las organizaciones, como tal, la explican desde las teorías administrativas. Cabe resaltar que algunos libros son más completos que otros, pero en general contienen la misma información, y sobre los temas específicos, es común encontrar algunos como: públicos (interno – externo), comunicación (formal, informal, oral, interpersonal), medios de comunicación (escritos, orales, tecnológicos, radiales y visuales), clima, cultura organizacional, crisis y coyuntura, etc.

Algunos títulos encontrados:

BARTOLI, Annie. Comunicación y Organización. Paidós Empresa. París. 1992.

Es un libro que desde sus inicios busca explicar una hipótesis: la de la necesaria adecuación empresarial entre comunicación y organización. En este intento, el autora comienza por significar a la organización y a la acción de organizar que

inevitablemente la llevan a establecer la estructura como marco de referencia del conjunto organizado. Al igual que la mayoría de los libros consultados, realiza un recorrido por los enfoques tradicionales de las teorías de organización, entre las que se cuentan: la corriente racionalista, el enfoque behaviorista, el enfoque sociológico y la escuela gerencial. A través de gráficos, explica los modelos de organización, los límites y la flexibilidad de las organizaciones y las principales formas de organigrama (uno de los elementos estructurales): funcional, divisional y matricial.

La segunda parte del libro se encuentra dedicada a la comunicación, de forma resumida nombra algunos teóricos de este campo de estudio, y llega a la diferenciación entre comunicación interna y externa, y entre la comunicación formal e informal, aclara los métodos y usos de estas herramientas. En medio de estas explicaciones, Bartoli concluye que como la organización requiere la comunicación para ser flexible, reactiva y vital en el funcionamiento de una institución o empresa que busca resultados, la comunicación requiere de organización y la organización debe ser un agente comunicante.

BONILLA, G. Carlos. La Comunicación, función básica de las Relaciones Públicas. Trillas. México. 2001.

Este libro busca explicar la importancia de la comunicación y las relaciones públicas en las organizaciones, por esta razón define la organización como un conjunto de roles interrelacionados, en el cual incide un mecanismo de control; esta definición es tomada de la teoría administración de los sistemas.

Como en la organización lo más importante es el ser humano, y por ende la realización de actividades, la división del trabajo, la jerarquización y los objetivos comunes, las dos herramientas fundamentales para que dichos aspectos

funcionen en armonía son: la comunicación, entendida como factor dinámico de las organizaciones y las relaciones públicas, como función orgánica que optimiza el funcionamiento y el desarrollo de la organización.

Así las cosas, la organización como sistema de procesos de mensajes, es un sistema de interrelación, en el cual la comunicación es el vector de dichas relaciones y las relaciones públicas representan el para qué de la comunicación.

El libro trae, además de la conceptualización mencionada, actividades didácticas como: buscar ejemplos, identificar organizaciones formales e informales, buscar definiciones, comparar actividades etc., que contribuyen al profesional dedicado a este subcampo en su quehacer cotidiano.

FERNÁNDEZ C. Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Trillas. México. 1991.

La Comunicación en las Organizaciones define a dicho subcampo como un conjunto total de mensajes que se intercambia entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno; Fernández Collado habla de cómo se da dicho intercambio, y para ello analiza la comunicación interpersonal, la cultural organizacional, los medios de comunicación organizacionales, como herramientas actuales que contribuyen al logro de los fines organizacionales.

Así mismo, explica este subcampo desde las teorías administrativas entre las que se incluyen: la teoría clásica, humanista, de los sistemas, y la contingente, las cuales define como Escuelas del Comportamiento Organizacional.

Finalmente, preocupado por el aval de este subcampo en el ambiente laboral, realiza una disertación sobre la formación profesional y el campo laboral, un conflicto que, como argumenta el autor, no tiende a acabar.

MARÍN, Antonio. L. La Comunicación en las empresas y en las organizaciones. Casa editorial Bosch. Barcelona. 1997.

Antonio Lucas Marín, en este libro, realiza un repaso de conceptos afines a *Organizational Communication*, que, según el autor, es la tendencia del momento (1997); para esto establece diferencias entre sociedad de la información, de la organización, de la comunicación y la participación, y similitudes, pues todas éstas apuntan a que cualquier sociedad debe tener cada vez más en cuenta, los problemas comunicativos, tomando conciencia de la comunicación en el doble proceso de construcción social de la realidad y de la socialización.

Este libro realiza un recorrido histórico – teórico, a través de tres teorías administrativas fundamentales, según Antonio Lucas Marín: la Escuela Clásica, la de las Relaciones Humanas y la Escuela Sistémica, como referentes y principales aportes de las ciencias sociales al estudio de las organizaciones. Además, analiza los diferentes modelos de comunicación y ve en la comunicación interna y externa la herramienta para el logro de los objetivos de todas las organizaciones.

MARÍN, Antonio L, GARCIA, G. Carmen y RUIZ S. José Antonio. Sociología de la Comunicación. Editorial Trotta. Madrid. 1999.

La Sociología de la comunicación tiene como marco de referencia la sociedad de la información, desde este fenómeno (actual), los autores explican la comunicación personal mediada, colectiva, en las organizaciones y a través de las ciencias sociales.

Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román, autores de este libro, ven la comunicación como el proceso a través del cual un conjunto de significados que ha tomado cuerpo en un mensaje y es trasladado a una o varias personas, de tal manera que el significado percibido sea equivalente a lo que los iniciadores del mensaje intentaron; dicho significado es apropiado de Adam Smith.

Además de la importancia que estos autores le dan a la comunicación, ven también en los medios de comunicación el medio por excelencia, aunque parezca redundante, para que se dé el feedback (comunicación de retorno), porque no conciben la comunicación como la sola transmisión, sino como un proceso de doble vía. La comunicación colectiva, gracias a los medios de comunicación, ahora es diferente, casi se podría decir moderna, y para argumentar esta definición los autores recurren a las teorías de la comunicación de masas, como el funcionalismo, la perspectiva evolucionista o darwinismo social, el Interaccionismo simbólico; así mismo, enuncian las principales líneas y métodos de investigación utilizadas en la comunicación de masas; todo esto como referentes contextuales. Finalmente, exponen de manera cronológica los diferentes referentes teóricos que sobre los efectos de los medios existen, porque no es suficiente conocer el funcionamiento de los medios si no se conocen sus alcances y de ese modo hacen una descripción de los modelos que prevalecen: efectos conductuales, efectos en las actitudes, efectos cognitivos, efectos fisiológicos, efectos recíprocos, efectos boomerang, efecto de desbordamiento, efecto en tercera persona y efecto vagón.

La comunicación dada en la sociedad cuenta con los medios como fuentes masivas para llegar, si no a todos, sí a la mayoría. De ahí la preocupación por sus efectos y las posibles acciones individuales que se realicen en el colectivo.

MÚNERA, U. Pablo Antonio y SÁNCHEZ, Z. Uriel Hernando. Comunicación Empresarial: una mirada corporativa. Colección Hermes. Medellín. 2003

Este libro es un compendio de la Asociación Iberoamericana de Comunicación Estratégica, después de realizado el I Congreso Iberoamericano de Comunicación Estratégica en Venezuela en el 2001. La idea central del libro es, ofrecer a los lectores los fundamentos necesarios para dimensionar la comunicación de las empresas de forma integral; según los autores, la comunicación corporativa, es la reunión de todas las formas de comunicación de una organización con el propósito de fortalecer y fomentar su identidad, y por efecto, mejorar su imagen corporativa, entendida como algo más importante que la realidad misma, porque es la percepción de la realidad la que determina la conducta de las personas y no la realidad en sí.



2. JUSTIFICACIÓN

En realidad, el presente proyecto nace por la necesidad de conocer qué referentes teóricos existen además de las teorías administrativas, para entender y aplicar la Comunicación en las Organizaciones, dentro de una empresa o institución.

Si bien es cierto que este subcampo es reciente, no cuenta con un aval crítico que lo acredite frente a los demás campos de la comunicación; de esta forma no resulta sustentado para muchos profesionales del campo investigativo y periodístico. Esto dificulta su proyección, debido a que pocos se dedican a estudiarlo y enseñarlo.

Así las cosas, y por una preocupación que tiende a agudizarse cuando se va a realizar una práctica en un área que pocos han oído en el medio empresarial, y de la cual la mayoría habla, pero sin propiedad, este tipo de proyectos se constituyen en un primer acercamiento para pensar la Comunicación en las Organizaciones en el ambiente de la academia, es decir, por un interés crítico, más que práctico o empírico, como una reflexión teórica comparativa; según la *Guía de presentación de Trabajos de Grado* de la Universidad Manizales, éste se encuentra concebido como: “investigaciones básicas, en las que se busca responder a una pregunta de conocimiento, sin consideraciones acerca de la aplicabilidad o utilidad práctica de tal pregunta o de su respuesta”.

Para algunos, el conocimiento de este subcampo sólo se adquiere con la experiencia, es decir, mientras se cometen los errores y se aprende de ellos; no obstante, la visión de este proyecto es otra: se requiere de la teoría para después acercarse a la “realidad”, y hacer de las situaciones en conflicto y las acciones a tomar, soluciones pensadas y racionalizadas. “ ... El proceso de conocimiento no es una simple y pasiva contemplación de la realidad; esta misma realidad sólo se revela como tal en la medida en que poseemos un instrumental teórico para aprehenderla que – en otras palabras – se trata de poseer los conceptos capaces de abordarla...”⁶

Además, también cabe concebirlo como un enfoque novedoso, pues desde los antecedentes queda claro que ninguno de los trabajos de grado, especializaciones y libros consultados, cuenta con un referente teórico o crítico diferente al de las teorías administrativas, y es parte de la hipótesis que este subcampo puede explicarse desde otros referentes teóricos, que no necesariamente son dichas teorías, pues tradicionalmente las teorías administrativas (Teoría Clásica, Teoría Humanista, Teoría Sistemática y la Teoría Contingente) han sido la forma de sujetar la Comunicación en las Organizaciones a “algo” teórico.

Además, la Comunicación en las Organizaciones debe ser válida en la medida en que, por naturaleza el ser humano es social, y una de sus formas de supervivencia y desarrollo en el entorno basado en su rol en las diferentes organizaciones es el de la comunicación; por otro lado, el lenguaje, medio que se usa para la comunicación, es el que les da la vida a las ideas o se las quita, desde el momento en que se mencionan o se dejan de mencionar. Así las cosas, esta idea de la Comunicación en las Organizaciones se hace compleja y debe obedecer a

⁶ SABINO, A. Carlos. El proceso de investigación. Caracas. Editorial Panapo.1992.Pág. 30.

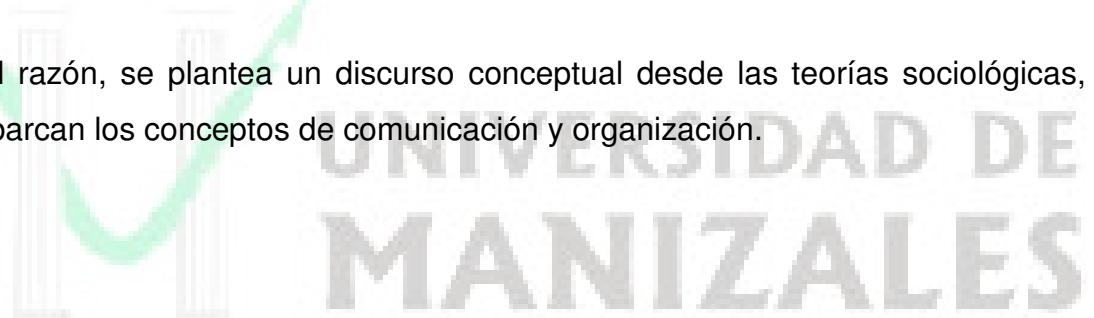
construcciones de sentido fundamentadas teóricamente a través de las estructuras conceptuales que permitan el desarrollo de una visión crítica



3. HIPÓTESIS

Al igual que los campos de estudio, las disciplinas y demás formas de conocimiento, el subcampo de la Comunicación en las organizaciones, puede ser fundamentado desde diferentes teorías que contribuyan con su campo cultural. Este proyecto se constituye en un intento por demostrar, que este subcampo puede ser visto desde otros referentes teóricos, sin querer afirmar que es la única forma de verlo ni la verdadera.

Por tal razón, se plantea un discurso conceptual desde las teorías sociológicas, que abarcan los conceptos de comunicación y organización.



4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Por qué es importante una explicación teórica de la comunicación en las organizaciones desde una mirada diferente a la usual (teorías administrativas)?
- ¿Cuáles teorías sociológicas apuntan a explicar el concepto de comunicación?
- ¿Cuáles teorías sociológicas apuntan a explicar el concepto de organización?
- ¿De qué manera los conceptos comunicación y organización desde algunas teorías sociológicas, permiten otra explicación de la Comunicación en las organizaciones?

5. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Desarrollar un discurso académico que ofrezca una explicación de la comunicación en las organizaciones, sustentado en conceptos tomados desde la sociología

Objetivo Específicos:

- Argumentar por qué es importante una explicación teórica de la comunicación en las organizaciones desde una mirada diferente a la usual (teorías administrativas).
- Desarrollar el concepto de comunicación desde algunas teorías sociológicas, como base fundamental para explicar el subcampo de la comunicación en las organizaciones.
- Desarrollar el concepto de organización desde algunas teorías sociológicas, como base fundamental para explicar el subcampo de la comunicación en las organizaciones.
- Proponer una explicación del subcampo de la comunicación en las organizaciones fundamentada, en conceptos de algunas teorías y teóricos de la Sociología.

6. METODOLOGÍA

Como es una construcción de un discurso académico desde las teorías, se realizó un recorrido histórico por algunas de ellas, y se seleccionaron algunos autores y conceptos pertinentes para el objeto de estudio. Para establecer qué es la comunicación, se seleccionaron algunas teorías y para conocer el concepto de organización, se dividió en tres aspectos relacionados con dicho concepto.



7. MARCO TEÓRICO

7.1 DE LA IMPORTANCIA DE LA ABSTRACCIÓN

Reflexionar, afirmó Kant, es la conciencia de la relación entre las representaciones dadas y nuestras diferentes fuentes de conocimiento. El acto de reflexionar se da en el hombre por su necesidad constante de conocimiento, sus ideas primarias o representaciones dadas lo limitan y frenan su capacidad de relación con el entorno; por otro lado, el proceso de abstracción comienza con el pensamiento, que es, según Miguel y Julián de Zubiría, *“poder de representar: volver a presentar algo”, después busca comprender lo aclarado y es ahí donde el hombre “debe salir de sí, abandonar su subjetividad, para poder realizar su intención de comprender cómo es el objeto y aprenderlo. De otro modo permanecerá encerrado en el límite de sus conceptos previos, de sus anteriores conocimientos y no tendrá la posibilidad de alcanzar la objetividad, pues sólo podrá desarrollar su pensamiento pero fuera del contacto de la realidad externa”*.⁶

Así, se inicia una discusión que ha sido tema central en los argumentos de diferentes autores ¿qué es primero: el concepto (estructura básica del pensamiento, utilizada como herramienta para pensar, pues es la idea que se tiene de algo sin la necesidad de tenerlo perceptiblemente. Son predicados que se afirman o niegan de los miembros de una clase, según Miguel y Julián de Zubiría, en su libro Biografía del Pensamiento), o el prejuicio? (entendido éste por el

⁶ ZUBIRÍA, Miguel y Julián. En: SABINO, Carlos. El proceso de Investigación. Caracas. Editorial Panapo. 1992. Página 26.

Diccionario Filosófico de Panamericana Editores, como el juicio que se hace antes de haberse tenido un conocimiento real de una cosa, se trata de alguna idea vaga, algún sentimiento o alguna creencia). Dicha discusión es difícil de acabar, por la capacidad de argumentación que puede darse a favor o en contra; no obstante, el presente proyecto acepta el prejuicio como el primer conocimiento pero, arguye que es a través de los conceptos que se puede concebir la abstracción, como manera de acceder al conocimiento; ya que el prejuicio siempre asume una posición, incluso la del desconocimiento y por su parte, el concepto es un acto de entendimiento donde se capta una idea sin afirmar ni negar nada sobre ella. El conocimiento que posee una persona sobre un tema concreto, equivale a la cantidad de juicios verdaderos que sea capaz de emitir sobre el mismo. El juicio es una forma de pensamiento por la cual se conocen los diferentes aspectos de las propiedades y relaciones de los objetos.

En lo cotidiano las personas observan y viven muchas situaciones que a veces no saben cómo expresar, o que incluso sólo pueden explicar a través de ejemplos*; porque no las entienden; los conceptos, las categorías⁷ y las relaciones que se hacen entre los conceptos categorizados dan a las personas la posibilidad de construir discursos.

* Ejemplos: recursos utilizados para apoyar y clarificar una tesis o una proposición, generalmente tomado de nociones más próximas a la intelección del sujeto a quien están dirigidas como situaciones, nombres u objetos pertenecientes a su entorno real. También se denomina ejemplo a aquello que sirve como modelo u objeto de comparación de un sujeto, y que generalmente se utiliza con fines morales, todo esto según el Diccionario Filosófico de Panamericana Editores)

⁷ Por otra parte, según Miguel y Julián de Zubiría, la categoría es un instrumento complejo de conocimiento, que conforma los órganos del organismo completo de una disciplina científica y constituye los modelos temáticos de las ciencias.

Los discursos, a su vez, se componen de ideas; *“la idea que se tiene de un hecho constituye un concepto sólo cuando podemos distinguir con el concepto al hecho”*⁸, es decir, no recurrir a ejemplos para darse a entender.

Es aquí donde cobran importancia los conceptos en el campo académico, a través de éstos y tomando como punto de partida la función fáctica de la que hablan Alberto Cárdenas y Héctor Beltrán en su libro *Introducción a la semiótica* y que hace relación a los hechos, procesos, objetos, situaciones y experiencias, el hombre busca conocer más, y ese conocimiento en mayor o menor grado es el pensamiento, la representación de los hechos, que primero sólo existen para quien los piensa aún sin expresarlos, y que se hacen teoría (construcción intelectual que resulta del trabajo filosófico o del trabajo científico, o de la unión de ellos, según el *Diccionario Filosófico de Panamericana Editores*), al relacionarse, de forma conexas u opuestas, de manera organizada, clasificada y sistematizada respecto de algo.

Por todo lo anterior, la acción de abstraer, entendida como la posibilidad de representar algo con la menor intuición sensorial y con el menor número de caracteres individuales, debe ser y es en realidad el papel de la academia, como constructora de conocimiento.

⁸ GARCÍA R. Luis Enrique. *Lógica y Pensamiento Crítico*. Manizales. Universidad de Caldas. 1997. Pág.74

7.2 CAMPO CULTURAL

Según Karl Popper, la función de la historia es dar sentido a lo que sucedió, pero ¿de qué otra forma se transmite ese sentido, sino es a través de la comunicación, entendida como constructora precisamente de sentido? A través de la comunicación, el hombre construye sus pensamientos y después decide proyectarlos, dichos pensamientos, al interactuar, se convierten en nuevas formas de ser y hacer, que con el tiempo son narradas como la historia de la humanidad.

De esta manera, puede afirmarse que la comunicación nace con el hombre y es el hombre el que le da vida al emplearla para hacer parte del mundo, por esta razón se hace importante establecer las diferentes formas de comunicación como base de las organizaciones y cómo con el transcurso del tiempo, dichas formas se vuelven específicas y especializadas.

Al igual que las demás disciplinas, la comunicación ha evolucionado hasta convertirse en un campo de conocimiento complejo. Primero fue la comunicación oral, después la escritura (3000 años a.C.), luego la masificación de los escritos en el siglo XV y cuatro siglos más tarde, la opinión pública, como espacio para la concertación; y con este último, el derecho a la libre expresión, fundamento del periodismo que en sus inicios (siglo XIX) fue usado como plataforma de difusión para los líderes políticos.

Mientras tanto, en el ámbito empresarial se fortalecía el sistema de producción moderno de la división del trabajo, fenómeno esencial para la Comunicación en las Organizaciones.

La división del trabajo, consecuencia directa de la revolución industrial se desarrolló en varios países de Occidente a partir de la segunda mitad del siglo XVIII como uno de los puntos necesarios de la nueva organización del trabajo, debido: al uso de la máquina, que permitió la sustitución de la actividad artesanal; a la posibilidad que tuvieron los empresarios industriales al poder concentrar también físicamente la producción, incrementar con un amplio margen de libertad su volumen, controlar y dirigir directamente la masa de los trabajadores integrados en ella; a la superación de la mecanización, entendida como implantación del uso de las máquinas en diferentes operaciones que conforman un todo, con la especialización del trabajo dentro de la fábrica; a la sustitución del trabajo humano por máquinas, como importante ahorro de mano de obra. Todo ello supuso un elevado incremento de la productividad o de rendimiento por unidad de trabajo; un método de preparación profesional de obreros y técnicos, con un alto índice de especialización; la proporción entre la población industrial indirecta y directamente productiva, esto es, entre los obreros y los empleados administrativos y cuadros directos; la productividad de los nuevos sistemas que permitió producir cuantiosos bienes a precios reducidos y el motor de la economía industrial, entre otras razones.

Las variadas actividades económicas eran realizadas por distintos grupos productores. Con la creación de nuevas herramientas y técnicas productivas se generó una división entre trabajadores agrícolas y artesanos o trabajadores manuales. El crecimiento de las ciudades aceleró la especialización de los artesanos. La Revolución Industrial de finales del siglo XVIII y principios del XIX, dio lugar al moderno sistema industrial de la producción, que ha fortalecido todavía más el incremento de la división del trabajo.

En su momento, Adam Smith, (1770) precursor de dicha categoría, a favor de la división del trabajo, usó la consigna: “Dividamos el trabajo, especialicémonos cada vez más; tengamos herreros que sólo sepan hacer cabezas o puntos de clavos, y de esa manera produciremos más y nos enriqueceremos. En cuanto a saber si el obrero condenado por toda la vida a no hacer más que cabezas de clavo perdería el interés por el trabajo; si no estaría enteramente a merced del patrono con ese oficio limitado; si no tendría cuatro meses de paro forzoso al año; si no bajaría su salario cuando fácilmente se le pueda reemplazar con un aprendiz, Adam Smith exclamó: “¡Viva la división del trabajo!”.⁹

Así, la división del trabajo permite ver a la fábrica, en su momento, como una organización social, descrita por George Mead como: “otra forma de dar un nombre formalizado a la idea de sociedad”; dicha organización al igual que el resto, debe satisfacer las exigencias planteadas por el proceso general de la evolución social, y este último concepto alberga la categoría de macro organización, es decir la de la sociedad en general. Afirma Mead también que la organización da cuenta de dicho proceso evolutivo, generando procesos de comunicación y de participación de los diferentes miembros, permitiendo la integración social y cultural, por un lado, y generando la progresiva organización de la sociedad, más compleja y articulada, por el otro.

Dicha organización compleja, es la base del sistema capitalista, que surgió en Europa en 1.450, según Jhon B. Thompson, en su libro *Los media y la modernidad*; el fundamento de la producción capitalista se encuentra compuesto también por la división social del trabajo y la propiedad privada sobre los medios de producción, y además por la explotación del trabajo asalariado. El talento humano, es considerado una mercancía al igual que los demás recursos.

⁹ Citado en KROPOTKIN, Pedro. *La conquista del pan*. Madrid. Edición castellana: Júcar. 1977. Pág. 86.

Bajo esta lógica capitalista y de división del trabajo se produjo también la figura de “*especialista*”, después de pasar por el líder de la tribu, el campesino, el esclavo y el hombre funcional, este último, una mercancía más, fue la razón por la que se pensó en la productividad, obtenida del número de productos fabricados en el menor tiempo posible. Como si no bastase con esto, se determinó que lo que propicia una mayor especialización¹⁰ del trabajo, es la permanencia del trabajador en una posición específica.

De acuerdo con esta hipótesis, surgieron varias corrientes como: El Taylorismo, caracterizado por la especialización de los trabajadores en una actividad concreta del proceso de trabajo. Así mismo, nació el Fordismo, basado en la corriente anterior, promovió la especialización del trabajo a través de la apropiación de la tecnología en el proceso del trabajo. No suficiente con esto, surgió el Posfordismo, un mecanismo que introdujo Estados Unidos para la lucha en contra los capitales de Japón y Alemania; buscaba atender la diversificación del mercado, justo a tiempo y fue así como se distribuyó en trabajo en pequeños grupos de realización del mismo.

Aunque la especialización fue en su comienzo un proceso netamente económico, lo que ocurre entre los trabajadores de un taller, ocurre también, por la misma razón, entre los sujetos que componen una sociedad. Cuanto mayor es su número, tanto más naturalmente se dividen ellos mismos y dividen su trabajo.

¹⁰ Con relación a la especialización, P. Nikitin, afirma que en la fabricación de casi todas las cosas, toman parte decenas y centenares de hombre de distintas profesiones. Ello significa que el trabajo de cada productor de mercancías es una parte del trabajo social y reviste carácter social. Pero en la sociedad donde existe la propiedad privada sobre los medios de producción, los productores de mercancías administran su economía aparte de los demás, están divididos. Por esa razón, su trabajo, que de hecho es un trabajo social, se manifiesta bajo la forma de trabajo privado. Aquí permanece el carácter oculto del trabajo. NIKITIN, P. Economía Política. Bogotá, Colombia. Ediciones EMFASAR. Pág. 40

Después, se convirtió en una herramienta en el mercado laboral, contar con una especialización de una materia, lo que facilitaba los logros concretos de las organizaciones, en diferentes campos y subcampos, incluyendo el de la comunicación en las organizaciones; en la actualidad puede ser considerado una especialización dentro de la comunicación social, pues como asegura Pierre Bourdieu “cada vez que se estudia un campo nuevo se descubren propiedades específicas, propias de un campo particular.”¹¹

El campo cultural, afirma Bourdieu en su artículo *El capital cultural y la reproducción social*, está constituido por una estructura de relaciones, es una construcción histórica y social. Las posiciones ocupadas por los diferentes agentes en los campos tienen una dimensión histórica, es decir, son el producto de luchas históricas; esto explica porque el subcampo de la comunicación en las organizaciones es considerado reciente y con dependencia teórica: “hay una amplia diversidad de campos y subcampos que funcionan con una lógica específica pero que a su vez comparten un conjunto de leyes generales, válidas para todos. Cada campo específico se define a partir del capital que en él está en juego. El capital puede definirse como un conjunto de bienes acumulados que se producen, se distribuyen, se consumen, se invierten, se pierden.”¹²

Para referirse al capital cultural del subcampo de la comunicación en las organizaciones, hay que remontarse a los años 20: y para ello, Antonio Lucas Marín en su libro *Sociología de la Comunicación*, considera que el origen de éste es práctico, y esta hipótesis es lógica si se tiene en cuenta que las necesidades del momento eran de tipo productivo, entre los temas que fueron materia de

¹¹ PIERRE BOURDIEAU. *Cuestiones de Sociología*. En: Algunas propiedades de los campos. Madrid. Ediciones Istmo. 2000. Pág. 112.

¹² Extraído de la página web www.antroposmoderno.com/textos/bordieu/stml/consucultu.shtml. El 5 de octubre de 2004 a las 11.56 a.m.

preocupación durante la época en mención, según el autor, se encuentran: enseñar a hablar correctamente a los directivos según la pirámide jerárquica, a través de consultas privadas que contribuyeran con el funcionamiento adecuado de la comunicación en una organización.

En la época de la revolución industrial hasta principios del siglo XX, los teóricos de la corriente clásica de la administración evidenciaron algunos problemas de comunicación en las fábricas, como lo explica Frederick M. Jablin en su artículo *estudio de la Comunicación Organizacional: su evolución y su futuro*: la comunicación es cuidadosamente controlada y sigue la cadena de mando jerárquico en la toma de decisiones de la organización, de este modo, analizaban las rupturas de la comunicación debido a los niveles jerárquicos inalcanzables y a una extensión del control muy ampliada, basada en órdenes y normas que se emitían para ser cumplidas inmediatamente sin importar lo que los empleados pensaban de ellas, pues la toma de decisiones se encontraba centrada en los altos mandos.

A finales de 1920 e iniciando el año de 1930, algunos estudios quisieron dar solución a los problemas mencionados, y pensaron en el elemento humano. Esta teoría conocida como la humanista, encontró en el profesor de la Universidad de Harvard, Elton Mayo, uno de los principales exponentes, quien de forma implícita comenzó a preocuparse por las relaciones sociales que se tejían en la organización, la necesidad de la comunicación abierta y la confianza entre los elementos de la organización, los estudios de este docente arrojaron una importante conclusión, que explica Carlos Fernández Collado en su libro, *la Comunicación en las Organizaciones*: es necesario comprender y conocer las organizaciones como entes sociales, analizar sus relaciones formales e informales.

En 1940, con el lema *un empleado informado es un empleado productivo*, el subcampo de la comunicación en las organizaciones, giró en torno a la información sobre los hechos corporativos; este tipo de información fue llamada ideológica por Katz y Kahn en sus estudios, y generó la preocupación de conocer los efectos de dichos mensajes corporativos, que en su mayoría se encontraban en los manuales y boletines de noticias realizados en las empresas. En 1945, H.A. Simón, se inclina por la “Administrative Behavior”, y analiza los sistemas de comunicación en las organizaciones, como preámbulo a los estudios de la década de los 50’.

En 1950, el biólogo alemán Ludwing Von Bertalanffy elaboró una teoría interdisciplinaria conocida como la Sistémica; esta corriente estudió la información como una entrada fundamental para el sistema y las partes y vio en la retroalimentación un aspecto determinante para el control, la homeostasis y en última instancia la evolución. La comunicación, en los estudios de esta época, fue considerada como el cemento que mantiene unidas las unidades en una organización. Carlos Fernández Collado afirma que la mejor manera de funcionar de una organización es mediante un sistema de comunicación.

Durante este mismo año, en la Universidad de Purdue, se crea un departamento para estudiar el área Speech Communication, basándose en los estudios de P. E. Lull, los cuales se ocuparon de reunir información sobre la actitud y la sensibilidad de los empleados con respecto a la comunicación; los resultados mostraron que la comunicación con retroalimentación abierta (bilateral), específica del emisor al receptor (y viceversa) incrementaba la exactitud en las tareas y el sentimiento en los empleados de estarlas realizando correctamente.

Un año después (1951), Bavelar y Barret publican el artículo *Una aproximación experimental a la comunicación organizacional*, donde los autores consideran que

la comunicación es la esencia de la actividad organizada y el proceso básico del que otras funciones derivan.

Jacobson y Seashore en 1951 y Weiss en 1955, se interrogaron por las estructuras de comunicación que emergían en las organizaciones, y después de sus análisis, concluyeron que cada estructura organizacional se componía de un juego de roles específicos de dos tipos, Fernández Collado, también los relaciona en su libro: 1. miembros de grupo (personas con relaciones directas dentro del grupo) 2. Y aislados (individuos que se comunican en forma recíproca con otros miembros de la organización).

Keith Davis en 1953, desarrolló la técnica de análisis de canales de comunicación episódica en las organizaciones, la cual consistía en trazar las redes del rumor en las organizaciones.

“A principio de los años cincuenta, estudiantes de doctorado de los departamentos de Comunicación de Northwestern University (Illinois), Ohio State University, Purdue University (Indiana), y la University of Southern California (Los Ángeles) comenzaron a escribir Disertaciones (Tesis de Doctorado) sobre Comunicación Industrial. El primer programa universitario de Licenciatura en Comunicación Organizacional se estableció en Ohio University en 1962. A partir de esta fecha la expansión de los programas de comunicación fue muy rápida y general hasta el punto de que hoy la mayoría de las Universidades en Estados Unidos tiene Departamentos de Estudios de Comunicación donde se estudia, entre otras áreas, la Comunicación Organizacional (Empresarial), la Comunicación Interpersonal, la

Comunicación Intercultural, la Comunicación Grupal, la Comunicación Persuasiva, y la Comunicación Política.”¹³

A finales de la década de los 50 y comienzos de los 60, la preocupación por este subcampo, se encontró enfocada en la comunicación interna y externa, y de este modo, es desde la teoría Contingencial Administrativa, que se comienza a analizar este fenómeno comunicacional, el cual ve en la comunicación el elemento integrador de los mensajes que se emiten y se reciben del medio cambiante y dinámico.

Así las cosas, durante esta década, los estudios más sobresalientes sobre el subcampo de la comunicación en las organizaciones continuaron siendo los de la Universidad de Purdue, que según Frederick M. Jablin, sugerían que un supervisor *eficiente* es una persona que tiende a ser *orientada hacia la comunicación*, un atento y firme escucha, *pide* o *persuade* en vez de ordenar o *decir* y usualmente es bastante abierto para transmitir información a los subordinados.

La década del 70 se consideró la época con mayor auge del subcampo de la comunicación en las organizaciones, debido, entre otras cosas, al número considerable de estudios sobre temas específicos de este subcampo como: el clima organizacional, las relaciones de los jefes y los subordinados, cómo la tecnología afecta las formas de comunicación organizacional y las redes de comunicación, pero quizás el aspecto más importante, según lo explican algunos autores como Jablin y Collado fue la importancia concedida por los investigadores a la necesidad de un modelo conceptual que diera respuesta a los procesos de

¹³ VARONA, Federico. La enseñanza de la comunicación empresarial en los Estados Unidos. En: La Comunicación Interna en España. Guía Oficial 1999_pp 32-35. Madrid, España. 1999

comunicación organizacional, aunque realmente en la bibliografía consultada, no se encuentran indicios de la solución a dicha necesidad.

El desarrollo más significativo de las auditorías de la comunicación organizacional se dio también, a principios de esta década con la aparición de los tres primeros procedimientos e instrumentos de auditoría de la comunicación: el primer procedimiento conocido como "ICA Communication Audit" se inició en 1971, patrocinado por ICA (Internacional Communication Association). Este procedimiento de auditoría incluye entre sus técnicas de evaluación, un cuestionario con 122 preguntas, entrevistas, análisis de redes de comunicación, experiencias críticas de comunicación, y un diario de comunicación. El segundo procedimiento fue desarrollado por Osmo A. Wiio and Martti Helsila en Finlandia en el año de 1974 y se conoce como "The LTT Audit System", nombre del Instituto de Investigación de Finlandia que patrocinó la investigación, una versión corregida del LTT audit system, el OCD (Organizational Communication Development) fue realizada por Osmo A. Wiio en 1978; consiste en un cuestionario que contiene una serie de preguntas cerradas y dos preguntas abiertas. Y el tercer procedimiento consta de un cuestionario llamado "Communication Satisfaction Questionnaire" que fue desarrollado por Downs and Hazen (1976). Este instrumento, que evalúa el nivel de satisfacción de los empleados de una organización con las prácticas de comunicación, ha sido usado para realizar más de 30 auditorías de la comunicación principalmente en Estados Unidos (Clampitt and Downs, 1987), pero también en México (Vidal, 1982), Guatemala (Varona, 1988, 1991), Australia (Downs, A., 1991), y Nigeria (Kio, 1979). Este instrumento fue revisado y ampliado en 1990 por Cal W. Downs y se le dio el nuevo nombre de "Communication Audit Questionnaire."

Los factores de la satisfacción con la comunicación que evalúa esta nueva versión son los siguientes: información sobre la organización, el trabajo; el clima general

de la comunicación, la comunicación de los supervisores y subalternos, entre los empleados; la evaluación del trabajo individual; los medios de comunicación; la comunicación de la gerencia, y la comunicación entre los departamentos.

A partir de 1974, la mayoría de textos universitarios de comunicación organizacional en los Estados Unidos empezó a incluir un capítulo dedicado a la evaluación de las prácticas de comunicación organizacional (Goldhaber, 1974; Daniels and Spiker, 1991). Y a finales de los años ochenta hicieron su aparición los dos primeros libros sobre auditoría de la comunicación organizacional de Hamilton en 1987 y de Downs en 1988.

En España este subcampo también ha cobrado mucha importancia y es hoy una necesidad empresarial; “el sector de la comunicación y las relaciones públicas en España surgió a partir de la década de los sesenta. Las empresas pioneras surgieron al amparo de las agencias de publicidad, de multinacionales norteamericanas y de algunas administraciones públicas. Durante los ochenta surgen muchas de las grandes agencias de hoy, pero fue durante los noventa cuando se vivió un verdadero auge del sector, gracias en gran medida a una clara necesidad de las empresas por alcanzar a sus públicos de una forma alternativa, más barata pero eficaz, y al entusiasmo de las empresas ligadas a las nuevas tecnologías, las cuales depositaron su confianza en las consultoras de comunicación para lanzar sus marcas”.¹⁴

Según un estudio recientemente publicado por la Asociación de Empresas Consultoras de España, en este subcampo, existen alrededor de 168 consultoras de comunicación y relaciones públicas, con un volumen de negocio creciente que

¹⁴ Extraído de la página web <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/gi/mercom.htm>, consultada el 1 de octubre de 2004 a las 10: 24 a.m.

se situaba en 2001, en alrededor de los 200 millones de euros. Las más grandes e importantes tienen su sede y oficinas en Madrid y Barcelona.

Durante la década de 1980, los estudios sobre este subcampo se basaron en la manera como los miembros de la organización creaban y recreaban significados compartidos; los estudios de McPhee y Poole de 1985 así lo comprueban, pues argumentaban que los miembros de una organización producen y reproducen los climas y las redes organizacionales por medio de sus interacciones diarias. Así mismo, Smirch, consideró cuatro aspectos fundamentales para el estudio de la cultura organizacional: cultura y gerencia comparativa, cultura corporativa, cultura cognitiva y cultura simbólica; los dos primeros relacionados con las culturas fuertes y débiles, y los otros dos, enfocados en el comportamiento comunicacional de los miembros de las organizaciones.

Frederick Jablin, explicó que durante ese tiempo, los investigadores se inclinaron por analizar los procesos de comunicación en los diferentes procesos de la organización, todo esto, a través del intercambio de mensajes por medio de la retroalimentación, el proceso de integración de los nuevos empleados y el conflicto por quienes pertenecen a la organización, los cambios que se dan en el proceso de comunicación de acuerdo con los ciclos de vida de la organización.

Aún en esta época, la comunicación en las organizaciones estaba muy influenciada por la teoría de los Sistemas de la administración, ya que la organización se encontraba concebida como un sistema que se une y funciona gracias a la comunicación. En este orden de ideas, a finales de la década de los 80, la comunicación organizacional comenzó a tener perspectiva internacional gracias a que, como lo explica Carlos Fernández Collado, el enfoque de la investigación de la “comunicación organizacional” durante esa década estuvo influenciada por los avances en la información electrónica, las tecnologías de la

comunicación y la computación. Los estudios analizaron los efectos de las conferencias por computadora, el correo electrónico y las teleconferencias en los procesos de comunicación. Entre los resultados más importantes de estas investigaciones se encuentra que: los medios electrónicos alteran las diferencias de estatus organizacional, como resultado de lo anterior, las estructuras jerárquicas se vuelven más planas, descentralizadas y con unidades organizacionales pequeñas; aumenta el desarrollo de nuevas redes de comunicación, crece el número de contactos de comunicación entre los empleados y aumenta la comunicación ascendente.

Al final del siglo XX, el subcampo¹⁵ de la comunicación en las organizaciones es un tema actual que tiende a ser materia de interés de muchos investigadores y un aspecto esencial en el mundo empresarial; muestra de ello son todos los estudios especializados, relacionados en los antecedentes de este proyecto, además, como lo explican Eisenberg, Goodall, Daniels, y Spiker de la década de los 90: por un lado permanece la visión modernista de las organizaciones como estructuras racionales cuyo instrumento principal para alcanzar el progreso y el orden es la comunicación; y por otro lado, se consideran dos nuevas voces teóricas: la teoría crítica y la perspectiva posmoderna, que están generando formas alternas para el entendimiento de la comunicación en las empresas e instituciones.

¹⁵ El significado de subcampo que se maneja en el presente proyecto de investigación se encuentra sustentando en los conocimientos que sobre el tema, tiene el Sociólogo Pierre Bourdieu, así las cosas, este autor como ya se mencionó considera que hay una amplia diversidad de subcampos que funcionan con una lógica específica pero que a su vez comparten un conjunto de leyes generales, válidas para todos. Cada campo específico se define a partir del capital que en él está en juego. El capital puede definirse como un conjunto de bienes acumulados que se producen, se distribuyen, se consumen, se invierten, se pierden. Además se hace importante aclarar que la Comunicación en las Organizaciones es considerada un subcampo, no porque esté “por debajo” de los demás campos del conocimiento, sino porque se encuentra avalada teóricamente por otros campos y ciencias, como las sociales, entre las que se encuentra la Sociología.

El subcampo de la comunicación en las organizaciones, aunque reciente, cuenta con un capital cultural, fruto del esfuerzo de diferentes investigadores interesados en los acontecimientos cotidianos de la interacción de los miembros de las organizaciones. Para que un campo o subcampo funcione, requiere de objetos en juego (objetos de estudio, observables) y personas dispuestas, que buscan ser especialistas, dotados de herramientas que las leyes del mismo implican; de este modo, es responsabilidad de los interesados en él, estudiarlo y apropiarlo, es esto lo que lo convierte en especialista de dicho subcampo. Incluso, puede acoger hábitos que ya estén más o menos constituidos y buscar su relación de fondo, y de este modo contribuir al conocimiento específico, propio de su interés, pues no se debe olvidar que “una persona, una entidad o un sector de la sociedad, tiende a adquirir más poder en la medida en que apropie más conocimiento, más saberes, o sea, más capital cultural...”¹⁶

La comunicación en las organizaciones se encuentra apoyada por la necesidad de profesionales en este subcampo, por esta razón se hace importante estudiarlo, desde diferentes referentes teóricos, pues, como ya se explicó, puede obedecer a explicaciones generales y diversas, lo importante no es cuál referente teórico se emplee para explicarlos sino que pueda ser explicado desde el que se plantea, como por ejemplo el de este proyecto: desde conceptos de algunas teorías sociológicas, por darse las relaciones entre seres humanos comportamentalmente volubles, con fines comunes, a través de la interacción que se da gracias a la comunicación.

“Del mismo modo, determinados campos pueden dejar de existir o se puede modificar su lugar en la jerarquía de los campos, se pueden volver dominantes

¹⁶ ARIAS M., Juan Guillermo La Comunicación Empresarial en Caldas. En: REVISTA ESCRIBANÍA No. 2. Enero – Julio de 1999

sobre otros o perder valor”.¹⁷ Así las cosas, este tipo de ejercicio académico, contribuye al aumento de independencia del subcampo de la comunicación en la organización, pues “el grado de institucionalización de una actividad profesional cualquiera (...), depende fundamentalmente del nivel de formación de quienes ejercen esa actividad, como lo manifestó Juan Guillermo Arias en el foro; La violencia contra los medios de comunicación, realizado en Manizales el 11 de febrero de 2002, donde expuso el tema: Antibituario de Orlando Sierra, al referirse al peligro que corren los periodistas con un campo cultural más elevado que el de la mayoría.



¹⁷ Extraído de la página web www.antroposmoderno.com/textos/bordieu/stml/consucultu.shtml. El 5 de octubre de 2004 a las 11.56 a.m.

7.3 LA COMUNICACIÓN DESDE CONCEPTOS SOCIOLÓGICOS

“Todo comportamiento en presencia de otra persona es comunicación”

Paul Watzlawick

Una explicación de la comunicación en las organizaciones requiere del desarrollo de los conceptos que conforman su esencia: la comunicación y la organización; de este modo, este capítulo busca desarrollar el concepto de comunicación desde la ciencia de la Sociología, como otra forma de explicar el subcampo de la comunicación en las organizaciones. Según Emilio Ortiz Torres, en su artículo *Una comprensión epistemológica de la comunicación*, existe una mutua dependencia y condicionamiento entre el sistema social y el sistema de comunicación, pues las transformaciones ocurridas en uno provocan cambios en el otro. El sistema de comunicación es entendido, en este caso, como el conjunto de todos los elementos que participan en el intercambio de mensajes o información - objetivos y subjetivos - entre las personas, dentro de la sociedad.

La primera noción que se tuvo sobre la comunicación, fue la de factor de integración de la sociedad, y es esta visión básica el fundamento del presente proyecto de investigación, al justificar la importancia de la comunicación en las organizaciones.

En el siglo XIX, la sociedad era considerada sinónimo de organismo, es decir, conjunto de órganos (organizaciones) que cumplen funciones determinadas. A

partir de este principio, estudiosos de la Sociología, han aportado diferentes significados que contribuyen a pensar la comunicación.

7.3.1 INTERACCIÓN = COMUNICACIÓN

Una de las teorías sociológicas que contribuye a pensar la comunicación dentro de dicha ciencia, es el Interaccionismo Simbólico, desarrollado durante el primer tercio del siglo XIX, por George H. Mead. Él se interesó en la acción comunicativa en la cual, más allá de su función de entendimiento, el lenguaje en la comunicación, juega el rol de coordinación de las actividades orientadas hacia fines de distintos sujetos, además de su rol de intermedio en la socialización de los mismos sujetos. “Esta afirmación se refiere al contenido a que el proceso social da nacimiento; no a las simples ideas o a las palabras impresas en cuanto a tales, sino al proceso social que ha sido tan principalmente responsable por los objetos que constituyen el medio cotidiano en que vivimos: un proceso en que la comunicación desempeña el papel más importante. Este proceso puede dar surgimiento en la naturaleza a esos nuevos objetos, sólo en el grado en que hace posible la comunicación entre los organismos humanos involucrados en él”.¹⁸

Este sociólogo plantea que el pensamiento surge cuando se da la comunicación (la conversación de gestos significantes) y en la experiencia social de las personas. Considera que el individuo es a la vez sujeto y objeto de la comunicación, y su personalidad se forma en el proceso de socialización por la acción recíproca de elementos objetivos y subjetivos en la comunicación. A través del intercambio de símbolos el individuo aprende a utilizar códigos interindividuales, sociales y culturales, que le permiten desarrollarse como ser

¹⁸ MEAD, H. George. *Espíritu, personas y sociedad*. Barcelona. Paidós Básica. 1973. Págs. 117-118.

social, es decir, pensar en común y participar en acciones colectivas. Este proceso es conocido en el ambiente empresarial de hoy como el trabajo en equipo, que se originó gracias, entre otros aspectos, a la división y especialización del trabajo.

Explicar a partir del lenguaje simbólico, de la significación, la naturaleza de la interacción social, es la principal preocupación de los teóricos pertenecientes a esta corriente, un lenguaje común que conlleve a acciones comunes, esto, es la comunicación desde el interaccionismo simbólico.

Herbert Blumer, docente en las universidades de Chicago y Berkeley, considera que esta teoría se encuentra basada en tres aspectos fundamentales: “1. Los seres humanos actúan en relación con los objetos del mundo físico y de otros seres de su ambiente sobre la base de los significados que éstos tienen para ellos. 2. Estos significados se derivan o brotan de la interacción social (comunicación, entendida en sentido amplio) que se da en medio de los individuos. La comunicación es simbólica, ya que nos comunicamos por medio del lenguaje verbal y no verbal; es más, al comunicarnos creamos o producimos símbolos significativos. 3. Estos significados se establecen y modifican por medio de un *proceso interpretativo*: “el actor selecciona, modera, suspende, reagrupa y transforma los significados a la luz de la situación en que se encuentra y la dirección de su acción...; los significados son usados y revisados como instrumentos para la guía y formación de la acción”.¹⁹

Esta acción permite la realización de proyectos comunes, y la comunicación es en esencia el proceso por el cual se da dicho proyecto, desde su invención, evolución y posterior transformación; Mead explica en el libro citado, que en el proceso social se relacionan las diferentes reacciones de los sujetos de

¹⁹ Extraído de la página web <http://prof.usb.ve/miguelm/laetnometodologia.html>, el 13 de octubre de 2004, a las 8:22 a.m.

acuerdo con los gestos de los otros y debido a los significados comúnmente compartidos, de este modo, son responsables (los sujetos) de los nuevos “objetos“ que surgen de las relaciones significativas y sociales que se dan en al interacción.

El sociólogo George Simmel, define la interacción, en términos de intercambio, “Estas interacciones significan que con aquellos sujetos individuales de los impulsos y objetivos operantes se forma una unidad, y justamente una sociedad... Cualquier número de hombres no se convierte en sociedad porque en cada uno de ellos exista un determinado contenido vital objetivo, o porque le mueva de un modo individual, sino únicamente cuando la vitalidad de tales contenidos adquiera la forma de influencia recíproca, cuando tiene lugar la acción de uno sobre otro directamente o a través de un tercero -; es entonces cuando de una mera coexistencia espacial o temporal emerge una sociedad”.²⁰

De este modo, la Interacción Simbólica se refiere a un proceso de comunicación en el cual los humanos intercambian opiniones con símbolos para construir significados. Mediante las interacciones simbólicas se adquiere información e ideas, se entienden las experiencias propias y las de los otros, se comparten sentimientos y se conoce a los demás. Sin símbolos no podría darse lo mencionado, el pensamiento y la acción del individuo en la organización serían totalmente restringidos.

Entre los interaccionistas simbólicos modernos se encuentra E. Goffman (1922-1982) con su enfoque dramático: él concibe la interacción como un drama donde todos los individuos de un grupo se influyen recíprocamente mediante

²⁰ H. SCHOECK. Historia de la Sociología. Barcelona. Biblioteca Herder. 1977. Págs. 253-254

impresiones cotidianas: los hombres encarnan roles y la organización social resulta de estas interacciones.

7.3.2 FUNCIONALIDAD DE LA COMUNICACIÓN

Otra corriente sociológica que habla de la comunicación es la Teoría Funcionalista, cuya esencia radica en afirmar que existen problemas funcionales comunes a todos los colectivos, dicho sistema social, compuesto por la diversidad de las conductas de la masa, es dinámico, y requiere de medios que contribuyan a satisfacer las necesidades de los individuos y de este modo sea posible el equilibrio; dichos medios son las instituciones, llamadas a cumplir las funciones; entre las más importantes se encuentran los medios de comunicación.

Analizar los efectos de los medios: “quién dice qué, a través de qué medio, a quién y con qué efecto” como afirmó Harold Lasswell, es una de las mayores preocupaciones de los representantes de esta teoría, el contenido de los mensajes y el poder de regulación y control de los medios, se convierten en variantes muy importantes, ya que, según los funcionalistas, la sociedad como organismo interrelacionado forma una estructura, en la cual cada miembro se ve afectado si los demás dejan de funcionar; de ahí la “necesidad de concebirlas como una masa”²¹ y no como un colectivo crítico; la propaganda, medio por excelencia para resultados comerciales, puede ser utilizada con distintos fines.

Esta visión instrumental consagra una representación de la omnipotencia de los medios de comunicación considerados como instrumentos de circulación de los símbolos eficaces. “El contenido simbólico o “mensaje” transmitido en la

²¹ La masa es considerada por esta teoría, como un público indiferenciado al que se le envía un mensaje para lograr un efecto específico y al que se trata de persuadir acerca de algo concreto a través de los medios de comunicación.

comunicación de masas es a menudo “manufacturado” de forma estándar (producción en serie) en vez de ser único, creativo o imprevisible. Es el producto de un proceso laboral con un valor de cambio (en los medios) y un valor de uso (para los receptores), y eso lo convierte en un bien comerciable”.²²

“Desde finales de la década de los años veinte, el fenómeno del surgimiento de una serie de innovaciones tecnológicas transforma vertiginosamente la gran mayoría de problemas relativos a las ciencias denominadas como “sociales”. Estas innovaciones técnicas alteran la estructura social y los contenidos de conocimiento y culturales de la gran mayoría de la población. La acción comunicativa mass-mediática se interpreta como uno de los hechos sociológicos más determinantes de la civilización post-industrial. Múltiples problemas humanos de la dinámica de esta sociedad proceden de las influencias derivadas de la continuada repetición de una serie de mensajes difundidos a través de los canales técnicos. Comunicación masiva que se estructura en macroprocesos y microprocesos haciendo constar, a la vez, la existencia de áreas comunicativas diferenciadas”.²³ La repetición de los mensajes comunes hace que los receptores se vean influenciados por ciertos productos y acciones y en este proceso masivo los medios de comunicación cumplen un rol principal, pues son la fuente general por excelencia que da cuenta de lo actual.

Denis McQuail, en su libro *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, considera que el análisis funcional tiende a suponer que la comunicación trabaja para la integración, la continuidad y la normalidad de la sociedad, aunque reconoce también que los medios de comunicación pueden generar consecuencias disfuncionales, incluso perturbadoras o dañinas. De este modo, la

²² McQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós comunicación. 1993. Pág. 77

²³ Extraído de la página web http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo9/comunic_masas.htm el 12 de octubre de 2004, a las 8:41 a.m.

funciones sociales de los medios de comunicación, de Lasswell: conocer lo que pudiera afectar el sistema de valores de una comunidad o el de sus partes; la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno y la transmisión de la herencia social, juegan un papel esencial, en un sistema social que se encuentra en continuo equilibrio y desequilibrio; las funciones y disfunciones según su uso, como afirma Norbert Élias, contribuyen a que se dé cualquiera de estos dos estados en la sociedad. Como ya se dijo, para la teoría funcionalista, la sociedad es un organismo en el cual cada parte cumple una finalidad, y cada miembro coopera con otros para cubrir sus necesidades porque todos tienen objetivos y valores comunes; esto mismo ocurre en cada organización; por tal razón la preocupación por la efectividad del mensaje para los receptores.

En 1957, Robert K. Merton, otro sociólogo funcionalista, aseguró que dicha teoría, pretendía explicar las prácticas e instituciones sociales en función de las necesidades de la sociedad y de los individuos y aseguró que: “primero, las actividades sociales o las partidas culturales estandarizadas son funcionales para *todo* el sistema social o cultural; segundo, que todos estos renglones sociales y culturales desempeñan funciones sociológicas; y tercero, que son, en consecuencia, indispensables.”²⁴

Estas afirmaciones, se fundamentan con el contexto que se vivía en dicho momento, y que Blanca Muñoz describe en su artículo *Sociología de la Comunicación de Masas*, ya que considera que la comunicación se presenta como un proceso que articula los marcos de atención colectivos de las poblaciones post-industriales. Se establece de este modo una estructuración del flujo comunicativo a partir del concepto de conductibilidad, ya sea ésta total o mínima. “En este

²⁴ MERTON, Robert K. Teoría y Estructura Sociales. México. Fondo de Cultura Económica. 1964. Pág. 35.

punto, la gran preocupación del Funcionalismo comunicativo no deja de ser el tema de la recepción y del receptor. No es extraño que gran parte de los estudios funcionalistas van a girar sobre la elaboración de modelos comunicativos en los que las técnicas de persuasión social tengan una relevancia básica.”²⁵

De este modo, asegura Merton en su libro *Teoría y Estructura Sociales*, que el análisis de las funciones de las comunicaciones de masas requiere de la pesquisa previa de los papeles sociales que determinan los usos de dichas comunicaciones, pues considera que, de no ser explorados los contextos sociales de la influencia personal de cada individuo, no se habría previsto la selección o de la acción encaminada a los intereses del emisor, y al tiempo que llega a esta deducción, se pregunta ¿Quiénes son influyentes para individuos diferentemente situados en la estructura de influencia? Esta influencia se ve accionada en las relaciones recíprocas de los diferentes mundos simbólicos de los que se encuentran compuestas las diferentes estructuras, pues como dice Lasswell los comportamientos y actos, están sometidos a las necesidades de quienes financian.

Del mismo modo, Blanca Muñoz arguye: “si Harold D. Lasswell puso los fundamentos del Funcionalismo comunicativo, quien lo llevó a su máxima expresión fue Robert K. Merton. La distinción mertoniana entre funciones y disfunciones permite plantear una comprensión de "alcance medio", de las interrelaciones entre sociedad y comunicación. Según este teórico funcionalista, existe un cierto grado de adecuación entre instituciones y valores; mas, hay que tener en cuenta que la estabilidad del sistema no está tanto en la institución

²⁵ Extraído de la página web http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo9/comunic_masas.htm el 12 de octubre de 2004, a las 8:41 a.m.

cuanto en la función que, a la par, puede ser cumplida por diferentes instituciones.”²⁶

Así las cosas, Merton incluyó en su análisis un concepto adaptado de Sigmund Freud, el de ‘funciones manifiestas’, entendidas, como las consecuencias objetivas que contribuyen al ajuste o adaptación del sistema y que son buscadas y reconocidas por los participantes del sistema, es decir, en los sujetos influyentes de los que ya se comentó. Se hace importante aclarar, que las funciones manifiestas inicialmente fueron latentes (las no buscadas ni reconocidas) y tras un proceso de adaptación colectiva fueron apropiadas y aceptadas. En pocas palabras, si bien los mensajes generan efectos en los receptores, es decir, empleados, funcionarios etc., éstos al final requieren de dichos mensajes o mejor de dichos efectos, para actuar bajo una lógica institucional que contribuya al funcionamiento “adecuado” de la estructura social. Todo esto ocurrió a finales de la Segunda Guerra Mundial, cuando Merton analizó la función de influencia social y persuasión que la comunicación comenzaba a tener.

El sociólogo estadounidense Talcott Parsons, aporta a este tema de los efectos, su ciencia social estructural – funcionalista, que consiste en captar los fenómenos sociales en la totalidad de sus relaciones recíprocas, cuando se expresan e intercambian sus mundos, para que no se presenten como aspectos distintos en un mismo núcleo, sino como un todo, una estructura de interacción social. Parsons, considerado un funcionalista, pensaba que la sociedad tiende hacia la autorregulación y la autosuficiencia satisfaciendo determinadas necesidades básicas a través del cumplimiento de funciones específicas; le interesaba confirmar cómo la acción del actor es el resultado de la imposición de normas por

²⁶ Extraído de la página web http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo9/comunic_masas.htm el 12 de octubre de 2004, a las 8:41 a.m.

la sociedad; Harold Garfinkel, discípulo de Parsons, coloca al sujeto en contexto y analiza sus acciones, cómo actúa y se reconoce; esto es aplicable en las organizaciones en la apropiación simbólica de la institución, “el amor a la empresa” y cómo actúa dentro o fuera. Cada una de estas acciones son comunicación: palabras, gestos, sonidos, dan explicación de cómo el sujeto interactúa y crea relaciones con el resto de los sujetos, en función de una estructura social.

De este modo, puede afirmarse que el concepto de comunicación desde la Sociología Funcionalista, se encuentra concebido en términos de los efectos que los medios de comunicación generan en los diferentes momentos, así: en una sociedad masificada, compuesta por organizaciones que a su vez deben de responder a funciones preconcebidas, la comunicación tiene la posibilidad de canalizar los gustos, actitudes y valores de la multitud y, de algún modo, puede contribuir a afectar las decisiones individuales y convertirlas en decisiones comunes.

Podría decirse que la preocupación constante del Funcionalismo, aplicable hoy en día, es el poder que tienen las instituciones, entiéndanse éstas como: los medios de comunicación, la familia, el trabajo; en este último es indispensable conocer la productividad y eficacia de los mensajes corporativos, pues se está jugando la funcionalidad de la estructura social que, en resumidas cuentas, es también económica y base de la colectividad; ya que la comunicación es entendida como el proceso de integración, que permite el perfecto funcionamiento de las partes como un todo, como factor de control del entorno, (tanto de lo que se emite como de lo que se recibe) y como elemento indispensable en las relaciones recíprocas para fortalecer los discursos comunes. Los mensajes del proceso de comunicación pueden ser parcializados y, como afirma Lasswell, generar un efecto en el receptor, el efecto que desea el emisor, pero son los medios de

comunicación los concebidos como elemento intermediario entre el punto inicial y el punto final del proceso de comunicación.

Un complemento que fundamenta la comunicación desde la Sociología, es el de las conclusiones de B. Lomov en 1983: “La comunicación no se reduce al lenguaje verbal porque todo el organismo es instrumento de ella; no se restringe a la mera transmisión de información, no sólo se trasmite, se crea dentro del propio proceso comunicativo; en la comunicación se resuelve la contradicción entre lo particular y lo general de los hombres, entre sus cualidades generales y particulares; el hombre se realiza y asimila en la comunicación su esencia general. De estas posiciones se deriva la imposibilidad de la socialización del hombre sin la comunicación. Incluso, cualquier actividad humana sin ella no tiene sentido no sólo a nivel individual, sino a nivel social porque ella ocurre también en grandes y pequeños grupos.”²⁷

7.3.3 LOS SIGNIFICADOS EN LA COMUNICACIÓN

A partir de los años 30 se desarrolló en EEUU la corriente de la Teoría Crítica, también llamada *Escuela de Frankfurt*, que surgió como consecuencia lógica de la situación que desde la década de los años veinte se iniciaba en Europa; la sociedad industrial y el capitalismo fueron el motivo para comenzar una reflexión crítica sobre el incremento de la producción a costa de la represión y la manipulación del individuo, porque es de anotar que el interés de los representantes de esta escuela radicaba en la investigación de los procesos sociales, desde los aspectos ideológicos en los cuales se fundamentaban los sistemas de comunicación, que perpetuaban la explotación de los individuos.

²⁷ Extraído de la página web <http://www.monografias.com/trabajos5/comep/comep.shtml> el 12 de octubre de 2004 a las 8:44 a.m.

Sobre la industria cultural lo que más preocupaba a los representantes de esta corriente es su falsedad disfrazada y divulgada por los medios de comunicación, además les inquietaba su carácter represor y de entontecimiento en las personas.

Marx Horkheimer, principal representante, afirmó: “lo que nosotros entendemos por crítica es el esfuerzo intelectual, y en definitiva práctico, por no aceptar sin reflexión y por simple hábito, las ideas, los modos de actuar y las relaciones sociales dominantes; el esfuerzo por armonizar, entre sí y con las ideas y metas de la época, los sectores aislados de la vida social; por deducirlos genéticamente; por separar uno del otro el fenómeno y la esencia; por investigar los fundamentos de las cosas, en una palabra: por conocerlas de manera efectivamente real.”²⁸

En un comienzo, esta manipulación fue analizada en los medios de comunicación por Horkheimer, quien consideró que los efectos ocasionados por los medios eran influencias negativas, un medio de control social que provocaba la irracionalidad en los hombres, provocando a su vez estancamiento en las sociedades; pues creía el autor, que los mensajes podían emitir determinada información para lograr un efecto concreto, pero que dicho efecto podía no ser eficaz en términos de lo que se estaba pensando y deseando cuando se envió y que, por lo tanto, esto podía ser completamente negativo para las personas. Así mismo, consideraba que en la sociedad cada quien se empeñaba en trabajar para sí mismo, y estaba obligado a pensar en su propia conservación. Y no existía un modo que determinara cómo se podían satisfacer las necesidades generales.

En 1938, Theodor Adorno, otro representante de esta teoría, se une al Instituto para la Investigación Social, y con ello a los estudios que adelantaba Horkheimer;

²⁸ Extraído de la página web <http://www.lablaa.org/>. Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango. En: Bibliografía Marx Horkheimer, el 15 de octubre de 2004, a las 10:45 a.m.

incluso, tenía un pensamiento muy parecido al de dicho autor: consideró que la sociedad industrializada presentaba una estructura que negaba el pensamiento de su tarea más genuina: la tarea crítica, es decir, la toma de conciencia de la situación y por ende el deber de denunciar la aparente libertad que ofrece la sociedad de consumo, o industria cultural; para este autor, la industria cultural reduce la circulación del conocimiento a través de los espacios de ocio, que dan muy poco y mal.

En los años 50 Horkheimer invita al sociólogo Jurgen Habermas a participar en el Instituto para la Investigación Social (IIS) en Frankfurt; desde este momento, reorienta sus intereses hacia la teoría crítica y le aplica un concepto que aún en la actualidad es controvertido: el Estado. Según este expositor, el espacio entre la sociedad, compuesto por los individuos y el Estado, permite la discusión pública en un reconocimiento común del poder de la razón y de la riqueza del intercambio de argumentos entre individuos, es decir, su crítica radica en que la sociedad carece de un ente que permita la confrontación de las ideas de los individuos, a través de la comunicación como fundamento para el logro del consenso y la toma de decisiones comunes, es decir, la comunicación pública. Pues afirma abiertamente que el Estado de 1950 y años siguientes es un mecanismo más de la organización que de las relaciones de mercado; en su Teoría de la Acción Comunicativa insiste en la necesidades de salir de dicho modelo ideológico (la sociedad tecnológica de capitalismo corporativo) en el que no es posible el consenso racional, ni la posibilidad de creación de un diálogo; de este modo puede observarse, aunque de forma implícita, que la sociedad y los actos sociales, según Habermas, se deben encontrar organizados y estructurados en organizaciones, y que el proceso por excelencia para que funcionen dichas organizaciones es la comunicación a través del lenguaje. La teoría de la acción comunicativa es para Habermas el principio explicativo de una teoría de la sociedad fundada en una teoría del lenguaje y en el análisis de las estructuras

generales de la acción. El rasgo característico de los seres humanos será la racionalidad manifiesta en el lenguaje “El modelo comunicativo de acción no equipara acción y comunicación. El lenguaje es un medio de comunicación que sirve al entendimiento, mientras que los actores, al entenderse entre sí para coordinar sus acciones, persiguen cada uno sus propios fines... Los conceptos de *acción social* se distinguen por cómo especifican la coordinación de las acciones teleológicas de los distintos participantes en la interacción; como un entrelazamiento de cálculos egoístas de utilidad; como un acuerdo socialmente integrador acerca de valores y normas, regulado por tradición cultural y socialización; o como un entendimiento en el sentido de un proceso cooperativo de interpretación...”²⁹

La teoría de la acción comunicativa del sociólogo Habermas busca, a través de la racionalidad del lenguaje, darle otro status a la sociedad, que permita verla de otra manera y no sólo como la sociedad masificada, alienada y estandarizada: “la acción comunicativa se basa en un proceso cooperativo de interpretación en que los participantes se refieren simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo... Entendimiento significa la “obtención de un acuerdo” entre los participantes en la comunicación acerca de la validez de una emisión.”³⁰

En 1960, la obra de Herbert Marcuse, *El Hombre Unidimensional*, dio otro giro al pensamiento social del momento, pues una sociedad absorbida por la industrialización y la maquinaria ha dejado que sus hombres pierdan el sentido y actúen de acuerdo a la lógica del sistema; sostiene que ésta impone *necesidades*

²⁹ McCARTHY, Thomas. La teoría crítica de Jurgen Habermas. Madrid. Editorial Tecnos. 1978. Pág. 449.

³⁰ HABERMAS, Jurgen. Teoría de la acción comunicativa, II. Madrid Editorial Taurus.. 1981. Pág.171.

falsas como un instrumento de reproducción de la misma, para integrar a las personas al consumo. En la sociedad industrializada, para Marcuse, el aparato productivo tiende hacerse totalitario en el grado en que determina no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las necesidades y aspiraciones individuales “¿Qué podría ser, realmente más racional? que la supresión de la individualidad en el proceso de la mecanización de actuaciones socialmente necesarias aunque dolorosas; que la concentración de empresas individuales en corporaciones más eficaces y productivas; que la regulación de la libre competencia entre sujetos económicos desigualmente provistos; que la reducción de prerrogativas y soberanías nacionales que piden la organización internacional de los recursos.”³¹ De esta manera aparece la unidimensionalidad, entendida como la lógica de la dominación de una racionalidad instrumental que convierte al ser humano en sujeto económico de producción e intercambio.

Por esto, la teoría crítica considera que el mercado o el modelo capitalista lleva al hombre a convertirse en una cosa más que se puede mercadear, víctima de la masificación y la mecanización. Así las cosas, la racionalidad es igual a la tecnología, y algo diferente u opuesto, dentro de la lógica capitalista, es tachado de irracional; la mecanización del pensamiento y de la producción, caracterizan a un hombre exitoso en el mercado empresarial. El sujeto entra en un estado de mimesis, donde su representación de la vida es la sociedad como un todo, es decir, compuesta de sujetos que, como él, buscan ser identificados a través de las acciones sociales de los demás; la competencia no consiste en ser bueno en algo, la competencia radica entonces, en ser mejor que el otro en un mismo proceso, producto y / o servicio, ya que éstos adoctrinan y manipulan; promueven una falsa

³¹ MARCUSE, Herbert. El hombre Unidimensional. Barcelona. Editorial Seix Barral S.A. 1972. Pág. 31.

conciencia inmune a dicha falsedad. Cada vez que los productos se hacen más asequibles, pasa de ser una moda publicitaria a convertirse en un estilo de vida, quizás el único “verdadero”; y es ahí, donde el sujeto concibe este estilo como realidad, no piensa rechazar o criticar al sistema, por que ni siquiera intuye el por qué escapar.

Al contrario de otros teóricos, Herbert Marcuse considera que la sociedad es un sistema de vida completamente estático. Así, la sociedad industrial, en su afán de ser racionalidad, es irracional, en lugar de hallar la libertad, encadena cada vez más al hombre y lo convierte en esclavo de las necesidades impuestas y falsamente básicas, y según este mismo autor, es “el reino de lo irracional el ámbito de lo realmente racional: de las ideas que pueden promover el arte de la vida.”³²

El cambio cualitativo está condicionado por la planificación a favor de la totalidad contra estos intereses, y una sociedad libre y racional sólo puede aparecer sobre esta base. No obstante, el pánico a ser libres, como lo explicó Erich Fromm, no es sino la especificación de esa “cosificación” de la conciencia unidimensional que se convierte en un mecanismo poderoso de control, no sólo de la sociedad industrial, sino de cualquier tipo de relación de dependencia entre sujetos, miembros de un colectivo.

Para la teoría Crítica, sin importar el medio ni el mensaje, lo que importa es que la comunicación en vez de ser un factor alienante, contribuya a la formación crítica de la sociedad, para que al recibir los mensajes publicitarios, pueda decidir si consumen o no. Rechaza la comunicación masiva su ideología, critica los

³² MARCUSE, Herbert. El Hombre Unidimensional. Barcelona Editorial Seix Barral S.A.. 1972. Pág. 276.

modelos económicos de los medios de comunicación y de los mensajes que estos transmiten, como la música en la radio; considera que la comunicación debe cumplir, si así se quiere, con una función educativa en y para la sociedad.

7.3.4 EL SENTIDO DE LA COMUNICACIÓN

Otra teoría sociológica que contribuye a pensar el subcampo de la comunicación en las organizaciones, es el Estructuralismo, que nació en la década de los 50; los estructuralistas afirman que los sentidos nos enseñan y que los medios de comunicación son sólo modalidades de transmisión mediante las cuales se reestructuran determinadas formas que enriquecen su fuerza de expresión; es decir, que son condicionantes para codificar o reforzar lo que en la sociedad tiene ya un sentido. “La sociedad se constituye en la medida que tiene determinadas reglas o estructuras que producen el sentido de los acontecimientos, los cuales son producto de las normas que los hombres han asimilado en sociedad y les permite evocar en común los mismos significados.”³³

El enfoque estructuralista sostiene que los sentidos engañan, y por lo tanto, la comunicación se debe estudiar mediante la construcción de estructuras lógicas, que permitan descubrir las interrelaciones creadoras del sentido y las reglas que constituyen a las normas sociales. Según Talcott Parsons, una estructura es un conjunto de relaciones de unidades pautadas relativamente estables, estas unidades son los actores sociales que participan en el sistema social desempeñando roles respecto a otros actores, que a través de la lengua, “institución colectiva cuyas reglas se imponen a los individuos, que transmiten en

³³ Extraído de la página web <http://html.rinconelvago.com/estructuralismo.html>. El 13 de octubre a las 8:25 a.m.

forma coercitiva de generación en generación desde que existen hombres,”³⁴ contribuye a que las relaciones sociales sean relaciones de sentido.

En esta teoría, el lenguaje continúa siendo factor indispensable para pensar la sociedad, incluso, se dice que el Estructuralismo surgió con la publicación de Claude Lévi –Strauss sobre El Mito, como forma de lenguaje; consideró que los fenómenos culturales son un producto de un sistema de significación que se encuentra definido únicamente en relación con otros elementos del sistema; insiste en que para entender cualquier práctica de la sociedad primitiva, se debe determinar primero el modo lingüístico en qué dicha practica fue construida; la práctica hace parte del sistema de comunicación e intercambio, que en un principio él observó en las sociedades primitivas con las relaciones de parentesco; “para Lévi – Strauss, todos los gestos pueden ser tratados primero como signos; y todos los sistemas de gestos, como cualquier sistema de signos, debe ser referido a la modalidad de sus relaciones si se quiere comprender su contenido simbólico. Entonces, por ejemplo, no es suficiente conocer cómo el hombre primitivo nombra y usa de maneras diferentes a las varias especies de pájaros, plantas, animales, etc.: si uno también debe determinar los modos de relación entre los mundos humanos y no humanos en los que esta operación de nombrar y usar se ha llevado a cabo. Los hombres siempre significan (*mean*) algo otro de lo que dicen y hacen, y siempre dicen y hacen algo otro de aquello a lo que se refieren (*mean*). Este “algo otro” es dado en la relación que se presume que existe entre las cosas significadas o en el discurso o gestos y los signos usados para significarlos. Esta relación, a su turno, es la “estructura profunda” que debe ser destrabada antes que la interpretación (de lo que el signo significa para ése que los está usando) pueda llevarse a cabo. Finalmente, esta relación puede especificarse como la

³⁴ PIAGET, Jean. El estructuralismo. Argentina. Proteo.1971. Pág. 66.

identificación del método lingüístico en el que ha sido construido el sistema de signos.”³⁵

Levi Strauss consideró que el paso del ser humano de animal natural a animal cultural, sólo es posible por el lenguaje, éste consta de unidades mínimas que se ordenan según una serie de reglas para producir un significado, por esto, “la cultura, que según Strauss, es comunicación, también se constituye de unidades mínimas que se combinan según ciertas reglas en unidades mayores que forman un significado. Descomponer la cultura en sus unidades básicas y comprender las reglas mediante las cuales se combinan es entender el significado de la cultura. En resumidas cuentas éste es el método estructural.”³⁶

En general, la preocupación de este estructuralista, a diferencia de los teóricos de su tiempo (mediados siglo XX) fue descubrir, a través de la observación, cómo se encontraba compuesta la sociedad primitiva y con base en qué; no se trataba sólo de las estructuras del colectivo, influían también las mentales de los sujetos. Y así concluye que la sociedad se encuentra estructurada por sus individuos. Son los sujetos los llamados a conformar la sociedad, ya sea política, cultural o en conjunto, la sociedad organizada, que sólo tiene razón de ser por sus miembros, y las estructuras simbólicas que se tejen, dan identidad a dicha sociedad.

Identificar y definir las reglas y limitaciones en las cuales el significado es generado y comunicado, a través del lenguaje, concebido como el sistema superior a la suma de sus partes, y la búsqueda por el ordenamiento en que los lenguajes y signos humanos producen significación, son preocupaciones de esta teoría. Por tal razón, en 1960, el semiólogo francés, Roland Barthes, da prelación a la

³⁵ WHITE, Hayden. *Essays in Cultural Criticism*. 1992. Traducción capítulo I por Viviana Jozami

³⁶ LEVI STRAUSS, Claude. *Antropología Estructural*. París. Paidós. 1995. Pág. 112

cuestión del sentido que se da en las relaciones entre los signos y el hombre, afirmando que “la lengua es, pues, si así se quiere, el lenguaje menos la palabra: es a la vez una institución social y un sistema de valores. En cuanto institución social, no es de ninguna manera un acto, escapa a toda premeditación; es la parte social del lenguaje; el individuo no puede, por sí mismo, ni crearla ni modificarla; es esencialmente un contrato colectivo, al cual, si alguien quiere comunicarse, tiene que someterse por completo.”³⁷

No obstante, Barthes argumentó que además de la lengua lingüística, también se debe analizar la lengua de la imagen, o el sentido de la imagen, como sistema de significación y trata de explicarlos desde 3 niveles, que son desarrollados en su obra *Lo Obvio y lo Obtuso*. Para explicar de una manera más sencilla la aplicabilidad de estos niveles en la imagen, se establecerá la relación de éstos, con la película *Tiempos Modernos*, producción de 1935, de Charles Chaplin, quien afirmó en una entrevista sobre el filme que surgió de una idea ciertamente abstracta, como un impulso por decir cómo se manipula la vida y cómo los hombres se transforman en simples o complicadas máquinas.

Aunque la película es de un tiempo distinto a los elementos analizados por Barthes, el contexto contribuye a analizar las estructuras clichés y culturales de cada momento y esta producción aún hoy recrea un momento de la historia que marcó al hombre: al pasar éste de ser la prioridad a un recurso más fácilmente sustituible, pero que se constituye en fundamento para querer cambiar la misma situación o por lo menos para analizarla y establecer relaciones, que en conjunto permiten observar diferentes fenómenos como el económico y administrativo enfocado desde la comunicación.

³⁷ BARTHES, Roland. *La Aventura Semiológica*. Barcelona. Paidós. 1993. Pág. 22

De este modo, el primer nivel, según Barthes, es el informativo, recoge los datos que le ofrecen elementos al receptor, como la decoración o el vestuario, que permiten situarse en tiempos o contextos sociales; el protagonista de Tiempos Modernos, Chaplin, es un sujeto corriente, que busca trabajar para sobrevivir, sus ropas viejas y comunes son suficientes para conocer su drama sin necesidad de escucharlo o verlo.

Después está el nivel simbólico, procede de las intenciones del autor y por otro lado, se compone del léxico común de la cultura. Barthes llama a este nivel, el sentido obvio, el nombre de la película Tiempos Modernos, tiene una carga simbólica muy grande, pues cada uno de los planos y la historia en sí se componen de imágenes satíricas acerca de lo moderno de aquellos días, incluso cuadros determinados como los botones de las mujeres que el protagonista confunde con tuercas y busca apretar, o al ayudar al señor del camión, que lo hace ver como el líder sindicalista de la huelga.

Finalmente, se encuentra el tercer sentido, el obtuso, que después de los sentidos previos, es ofrecido por la imagen y que no puede ser referido por los otros sentidos, significante que excede lo referencial, lo anecdótico, lo dramático de la imagen, y exige una lectura interrogativa del significante y no del significado, conlleva cierta emoción, pues se trata de defender lo que se quiere independientemente del estado racional. En Tiempos Modernos, uno podría pensar que este elemento es el drama de Chaplin, que es el de todos los hombres de dicho momento, el desplazamiento, las migraciones, la serialización, la lucha impotente contra lo inevitable y la constante búsqueda de encajar para sobrevivir, un melodrama que es de nunca acabar y que sin más, hace parte de su realidad, de su cotidianidad, la inestabilidad y la zozobra de no ser más efectivo que una máquina y ser remplazado por ella; todo esto reflejado en gritos mudos de inconformismo, en los que la palabra emitida solamente contiene órdenes, pero

donde el espectador, de modo paradójico, nunca logra parar de reírse. Esto en resumidas cuentas, es aún un factor muy importante en el ambiente organizacional: la adaptación del hombre al sistema operacional.

De nuevo el sentido obtuso de Barthes dispone a pensar en lo otro que aunque implícito es difícil de nombrar por la sutileza de sus formas. “En resumen, lo que el sentido obtuso perturba y esteriliza es precisamente el metalenguaje (la crítica). Se pueden enumerar varias de las razones de que así suceda. En primer lugar, el sentido obtuso es discontinuo, indiferente a la historia y al sentido obvio (como significación de la historia); esta disociación tiene un efecto antinatural o al menos de distanciamiento respecto al referente (lo “real” como naturaleza, la instancia realista).”³⁸

Los medios de comunicación también facilitan a la sociedad lo que ésta ha provisto de sentido “En este aspecto si estamos de acuerdo con el Estructuralismo, ya que, aunque sabemos que los medios tienen la capacidad de influenciar a las persona y hacer que ciertas ideas sean aceptadas con mayor facilidad que otras, si las personas no tienen ciertas reglas inconscientes de las normas sociales que en los medios se transmiten, no comprenderán estos hechos. Los medios si tienen la capacidad de influenciar, pero es más que todo una forma de reforzar lo que en la sociedad ya está establecido, las normas y reglas dentro de las cuales se mueve esta estructura.”³⁹ Actualmente el estructuralismo sigue planteando al hombre como un ser potencial, y a la vez objeto de conocimiento, a partir del cual se sigue dando el despliegue de las ciencias, puesto que es el único que cuestiona y modifica las estructuras.

³⁸ BARTHES, Roland. Lo obvio y lo obtuso. Barcelona Paidós Comunicación. Barcelona. 1995. Págs. 61-62

³⁹ Extraído de la página web <http://es.geocities.com/antropokrisis/estructuralismostrauss.htm>. El 13 de octubre de 2004 a las 8:25 a.m.

Así las cosas, el estructuralismo ve en la sociedad un proceso dinámico, que requiere de la comunicación, la cual entiende cómo el proceso de intercambio de significados, que origina el sentido de lo social; los significados, son aceptados comúnmente y por ende apropiados o rechazados desde y en la sociedad.

El recorrido teórico de este capítulo, permite analizar que pensar la comunicación desde la Sociología es verla como el proceso de interacción que se da en las organizaciones entre sus miembros para el logro de objetivos comunes; dicha interacción requiere que cada parte cumpla con sus funciones para que se desarrolle como una estructura que de sentido a la sociedad racional. “Una persona es social en cuanto que tiende a la asociación humana y la necesita. Robinson Crusoe, Pedro el ermitaño o cualquier preso aún cuando no se hallen en relaciones directas con otras personas. El término social deriva del latín “socius “, que significa compañero o asociado. El investigador de la sociedad se interesa por las formas en que las se relacionan con otras personas.”⁴⁰ Que nos es otra cosa que la comunicación.

Por esta razón el capítulo que se desarrolla a continuación buscará explicar el por qué de la organización y cómo ésta hace parte indispensable de la comunicación humana y viceversa.

⁴⁰ FICHTER, Joseph H. Barcelona. Editorial Herder. 1972. Págs. 34-35

7.4 LA ORGANIZACIÓN DESDE CONCEPTOS SOCIOLÓGICOS

7.4.1 ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA:

Bajo esta misma lógica y dentro del recorrido por las teorías sociológicas la sociedad, como organización primera, ha sido concebida como una estructura, compuesta por partes que cumplen fines específicos y que al ponerlos en conjunto dan como resultado el logro de un objetivo común.

Así el sociólogo Herbert Spencer determinó a la sociedad como un organismo y los procesos biológicos: evolución, función, estructura y homeóstasis, los comparó con los procesos de la organización que son la sociedad; ésta última, es un sistema que tiene estructuras y funciones al igual que los procesos biológicos, pero se diferencia de ellos, por su nivel de evolución social, dado a través de la adaptación y el progreso que se encuentra concebido como un proceso natural de supervivencia. Afirmó Spencer, que el cambio de los sujetos miembros de la sociedad, es el motor central de la dinámica natural y esta dinámica se encuentra predestinada al progreso.

“La sociedad empezó como un sistema (organismo) no diferenciado y simple. A través de la evolución, las sociedades desarrollaron estructuras especializadas (por ejemplo, el gobierno) para representar funciones especializadas (por ejemplo, coordinar todo el sistema). Cuanto más diferenciada estructural y funcionalmente está una sociedad, tiene un lugar más avanzado en una taxonomía evolutiva.”⁴¹

⁴¹ BOHANNAN, Paul Para raros nosotros. Introducción a la Antropología Cultural. Madrid, Akal. Editorial McGrawHill. 1992. Pág. 43

Además del concepto organismo, Spencer calificó de súper orgánicas a las ideas colectivas, es decir, a las acciones coordinadas humanas que se constituyen en un factor decisivo del progreso, y que según este sociólogo, son naturales en las organizaciones, pero divergentes.

La vida social se perpetuó porque “el mantenimiento del conjunto (de individuos en sociedad) equivale al mantenimiento de las condiciones necesarias para una vida más satisfactoria que la que el conjunto de personas hubiera podido conseguir en otras circunstancias”.⁴² Es decir, sólo a través de las acciones organizadas, el hombre y los demás hombres que están a su alrededor logran desarrollar algunos de sus anhelos y satisfacer algunas de sus necesidades. Las organizaciones, bien o mal, son el medio con que el hombre cuenta para lograr sus fines, y éstas a su vez requieren de los hombres para tener sentido.

Spencer determinó también, que las estructuras sociales, surgen de las funciones sociales, las cuales se conocen gracias a las necesidades que motivaron el surgimiento de las estructuras. Las funciones de las que habla este teórico y que coordinan el sistema del organismo, o que en conjunto establecen las labores de los sujetos que conforman la estructura, fueron materia de análisis por otro sociólogo, pero de corte funcionalista, Robert Merton, quien en su libro Teoría y Estructuras Sociales, y como se había mencionado en el capítulo anterior, clasifica las funciones en dos tipos: latentes y manifiestas.

Estas funciones centran la atención de los sujetos de una manera específica, hasta lograr orientar el comportamiento hacia futuros estados de cosas; aquí cabe recordar que la base del análisis funcionalista se centra en el interés de relacionar

⁴² SPENCER, Herbert. Principios de Sociología. Volumen 1. 1892. Pág. 134

una parte de una sociedad con otra, o con algún aspecto del sistema, a fin de que todo forme una sola unidad; de ahí la importancia de las funciones manifiestas como elementos intencionales y reconocidos por los participantes del sistema de acción.

La organización se encuentra compuesta de una doble intencionalidad, la dada por sus miembros, que en resumen son millones de intencionalidades puestas en común a través del cumplimiento de sus funciones, y de la organización en sí misma, pues las acciones de sus miembros son el pilar de la productividad y el funcionamiento efectivo que se traduce en el logro de los objetivos institucionales u organizacionales.

Al igual que las funciones manifiestas de Merton, que contribuyen con el logro de objetivos organizacionales, Emile Durkheim ve en las normas la esencia del colectivo y muestra de esto son los hechos sociales que se rigen a través de las funciones mencionadas y que no tienen que ver con los hechos individuales, son verdaderamente sociales porque tienen realidad objetiva y acción coercitiva sobre el individuo, “se trata, entonces, de modos de actuar, de pensar y de sentir que exhiben la notable propiedad de que existen fuera de las conciencias individuales. Estos tipos de conducta o de pensamiento no sólo son exteriores al individuo, sino que están dotados de un poder imperativo y coercitivo en virtud del cual se le imponen, quiéralo o no. Es indudable que cuando me adapto de buen agrado, esta coerción no se manifiesta, o poco menos, porque en ese caso es inútil. Pero no por ello es menos un carácter intrínseco de estos hechos; y prueba de ello es que se afirma tan pronto intento resistir.”⁴³

⁴³ DURKHEIM. Emile. Las reglas del método sociológico. Buenos Aires. Editorial La Pleyade. 1976. Pág. 31

Los hechos de los que habla Durkheim, al ser exteriores al individuo, moldean las acciones humanas de un modo inevitable y significativo; es decir, que el ámbito organizacional, se compone de hechos sociales, éstos a su vez son relaciones de interacción entre dos o más sujetos y fácilmente repercuten en las acciones individuales de ellos mismos o de los demás que pueden o no participar.

Los hechos sociales son dados por la conciencia colectiva, que vive en los individuos, pero es producto de similitudes humanas, su fuerza e independencia son mayores cuanto más pronunciadas son las analogías entre los individuos de la sociedad; cuando esa conciencia se ve alterada por las acciones individuales, nace la coacción social, que se traduce en las leyes represivas, penales y que sirven para contener la organización en orden.

La coacción social, en Durkheim, da pie para su primera obra, *La división del trabajo en la sociedad*, publicada en 1893, y este concepto es quizás su aporte más destacado en la teoría sociológica. La coacción social, comenta el autor, hace referencia al control frente a las jornadas de trabajo, los salarios, las condiciones materiales, es decir, a las motivaciones en un inicio de los obreros.

Afirmó este francés positivista, que en la sociedad tradicional la solidaridad era 'mecánica', cada individuo pasaba por las mismas experiencias y la tentación de redefinir su rol era mínima. Pero, actualmente, la especialización ha provocado una experiencia diferenciada y la posibilidad de asumir nuevos roles, pasando en la sociedad moderna de la solidaridad mecánica a la orgánica, con la intención de igualar las oportunidades para la expresión individual. Esta última solidaridad, se base en la división del trabajo, es decir, en la colaboración de clase en pro de la obtención de los medios de existencia "... la armonía social viene esencialmente de la división del trabajo. Es caracterizada por una cooperación que sea producida automáticamente con la búsqueda por cada individuo de sus propios intereses. Es

suficiente que cada uno, se consagre a una función especial en orden, por la fuerza de los acontecimientos, para hacerse solidario con los otros.”⁴⁴ La especialización de la sociedad es la que le permite sobrevivir, ya que genera entre los hombres un sistema de derechos y deberes que los liga de manera indefinida bajo un sistema de solidaridad social, que es a la vez fundamento de las acciones morales.

La división del trabajo de Durkheim, es una de las necesidades del modelo burocrático de Max Weber, sociólogo alemán, que busca la eficiencia y la racionalidad en las organizaciones y economías monetarias como el Estado moderno.

Este modelo contiene como postulados que la necesidad de las normas y reglamentos se arguyen por ser mecanismos de control y poder que contribuyen al logro de los fines de la organización, además lo prevé todo, el objetivo de este postulado es la estandarización de las funciones. Dicha estandarización es escrita, para poder comprobar y tener sobre los demás, la razón unívoca de los actos.

La división del trabajo, que para este autor se trata de la distribución de funciones, debe definir perfectamente los puestos o cargos determinados por reglas y normas técnicas, que según la jerarquización se componen de tramos de control y tramos de subordinación; en este sistema, el fundamento para forzar una aceptación es el poder, que en palabras de Weber, significa “la probabilidad de imponer la propia voluntad, dentro de una relación social, aun contra toda resistencia y cualquiera que sea el fundamento de esa probabilidad.”⁴⁵

⁴⁴ DURKHEIM, Emile. La división del trabajo social. Madrid. Akal. 1893. Pág. 200

⁴⁵ WEBER, Max. Economía y sociedad. Esbozo de Sociología Compresiva. Fondo de cultura económica. 1974. Pág.43

Aparte de la eficiencia y la racionalidad, este modelo concebido por Weber, pretende predecir de la manera más precisa el comportamiento de los miembros de la organización. Porque concibe la sociedad como un complejo de interrelaciones humanas caracterizadas por la conducta significativa de una pluralidad de actores. Y es el individuo, la unidad básica de dicha organización o sociedad.

7.4.2 ORGANIZACIÓN Y LA ACCIÓN DE LOS SUJETOS MIEMBROS:

Siguiendo con Weber, en las colectividades sociales se puede ir más allá de las uniformidades funcionales y las relaciones que se dan, para comprender las acciones y las intenciones subjetivas tanto del empleador como del empleado.

Se requiere conocer los valores, los fines y las esperanzas de los seres humanos que actúan en esas situaciones particulares, dicho compone prima en la vida social, en este campo, según Weber existen diferentes tipos ideales: “Relación social, concepto lógicamente cercano al de acción social, es la conducta de una pluralidad de actores en cuanto, en su contenido significativo, la acción de cada uno de ellos tiene en cuenta la de otros. Un grupo organizado es una relación social en la medida en que individuos específicos ejecutan regularmente la función de imponer orden en el grupo.”⁴⁶

Weber entiende por sociedad u organización, a una relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social (que se da en relación de la acción de los otros) se inspira en una compensación de intereses por motivos racionales (de fines o de valores) o también en una unión de intereses con igual motivación.

⁴⁶ WEBER, Max. La teoría de la organización social y económica. Buenos Aires. Amorrourt. 1947. Pág. 227

Otro sociólogo alemán, Ferdinand Tonnies, también se interesó por las acciones sociales, que se dan entre los individuos por la voluntad: “la llamada vida social en su estricto sentido sólo puede derivarse de un querer común, de una afirmación positiva y recíproca de la existencia de todos. Esto significa que mediante ese querer común se dan determinadas entidades en la conciencia de los hombres poseídos por tal querer; los cuales son establecidos de un modo inmediato por los hombres a quienes une dicho querer,”⁴⁷ es decir, que la organización logra estabilidad y funcionalidad porque son los hombres quienes lo desean y se impulsan permanentemente con el ánimo de realizar determinadas acciones u omisiones que son comunes, en las relaciones sociales o solidarias como afirma Ferdinand Tonnies, surgen deberes y derechos para sus miembros, quienes cumplen y gozan de estos mediante un actuar voluntario. El autor citado, llamó a esta forma de organización comunidad.

Al contrario de la comunidad, “en la sociedad, las relaciones entre las personas se establecen sobre la base de los intereses individuales. Son pues relaciones de competencia, de rivalidad, o, por lo menos, relaciones sociales que llevan impreso el sello de la indiferencia por todo lo que concierne a los demás. La sociedad, en cambio, es la organización social de las relaciones frías, en las que privan la diversidad de intereses y el cálculo. El intercambio comercial constituye el ejemplo más típico de una relación societaria.”⁴⁸

No sólo Tonnies creyó en las acciones recíprocas, sean comunitarios o societarias; Georg Simmel, consideró: la existencia de estas acciones recíprocas

⁴⁷ TONNIES, Ferdinand. Principios de Sociología. México. Fondo de Cultura Económica. 1946. Pág. 21

⁴⁸ ROCHER, Guy. Introducción a la sociología general. Barcelona. Editorial Herder.. 1980. Pág. 224

significa que los portadores individuales de aquellos instintos y fines, que los movieron a unirse, se han convertido en una unidad, en una sociedad, “los hombres se miran unos a otros, tienen celos mutuos, se escriben cartas, comen juntos, se son simpáticos o antipáticos, a parte de todo interés apreciable; el agradecimiento producido por la prestación altruista posee el poder de un lazo irrompible, un hombre le pregunta al otro el camino, los hombres se visten y arreglan unos para otros... En cada momento se hilan hilos de este género, se abandonan, se vuelven a recoger; se sustituyen por otros, se entretajan con otros. Estas son las acciones recíprocas que se producen entre los átomos de la sociedad.”⁴⁹

El sentido de la organización está en las formas de socialización, que para Simmel, son acciones recíprocas y en las consecuencias que éstas generan en el colectivo ante intereses comunes, ante la imagen que tienen los unos de los otros y ante la voluntades de pertenecer y no pertenecer a la organización, así las cosas, la organización puede entenderse en relación con las acciones individuales y colectivas de cada miembro.

“El hecho de la socialización coloca al individuo en la doble situación de la que hemos partido: la de estar en ella comprendido y al propio tiempo encontrarse en frente de ella, la de ser miembro de un organismo y al propio tiempo un todo orgánico cerrado, un ser para la sociedad y un ser para sí mismo. Pero lo esencial y lo que presta sentido al a priori sociológico, que en esto se fundamenta, es que la relación de interioridad y de exterioridad entre el individuo y la sociedad, no son dos determinaciones que subsistan una junta a la otra – aunque en ocasiones así sea y puedan llegar hasta una hostilidad recíproca - , sino que ambas caracterizan

⁴⁹ SIMMEL, Georg. Sociología, 1 estudios sobre las formas de socialización. Editorial Alianza Universidad. 1977. Pág 51

la posición unitarias del hombre que vive en sociedad. La existencia del hombre no es, en parte, social y, en parte, individual, con escisión de sus contenidos, sino que se halla bajo la categoría fundamental; irreducible, de una unidad que sólo podemos expresar mediante la síntesis o simultaneidad de las dos determinaciones opuestas: el ser a la vez parte y todo, producto de la sociedad y elemento de la sociedad, el vivir por el propio centro y el vivir para el propio centro. La sociedad no consta solamente, como antes se vio, de seres en parte no socializados, sino que consta de seres que por un lado se sienten cual existencias plenamente sociales, y por otro, cual existencias personales, sin cambiar, por ello de contenido.”⁵⁰

Continuando con esta categoría del ser social individual, a principios del siglo XX, Charles H. Cooley. ve a la sociedad como un organismo, compuesto por un conjunto viviente formado de segmentos diferenciados, cada uno de los cuales tiene una función especial; además, por considerarse un complejo de procesos, cada uno vive y se desarrolla por interacción con los otros, donde cada una de sus partes afecta a todo el resto. En la evolución del yo social se debe recorrer un camino llamado por el autor, transmisión social o comunicación, que se da a través del lenguaje el intercambio significativo y la educación.

7.4.3 ORGANIZACIÓN Y ARTICULACIÓN ECONÓMICA A TRAVÉS DEL TRABAJO:

Además de los intereses de los seres humanos por necesidades comunes como la ideología, la religión o el bienestar social, existe otro aspecto que quizás puede ser el más importante dentro de las organizaciones, y que según Carlos Marx, es en

⁵⁰ Herencia y medio. En: periódico de aplicación a la sociología X, número 4 (marzo – abril). 1926. Pág. 303 -307

realidad el fundamento de cualquier forma de organización: el valor;⁵¹ como relaciones de producción y de cambio, es decir, las relaciones económicas, que determinan la historia, y son consecuencia directa de la evolución de la humanidad.

Ni la moral ni la razón, determinan las acciones de los individuos, sino su ser social y la necesidad de sobrevivir; la organización por excelencia donde el sujeto es dependiente o “enajenado” como afirma este autor, es el Estado; allí el hombre adquiere valor por su dimensión productiva y económica. “La plusvalía, entendida como crecimiento de valor primitivo del dinero que se lanza a la circulación de mercancías, sólo conoce el intercambio de equivalentes; tampoco puede provenir de un aumento de los precios, pues las pérdidas recíprocas de vendedores y compradores se equilibrarían; se trata de un fenómeno social medio, generalizado, y no de un fenómeno individual... Y esta mercancía existe: es la fuerza del trabajo del hombre. Su uso es el trabajo, y el trabajo crea el valor.”⁵²

Este proceso económico determina las demás acciones de los individuos, sobre todo las de tipo social, ya que según Carlos Marx, los hechos económicos son sociales, por generar cambios sociales, es así como cita el caso de la mujer en las fábricas, de quien dice que además de suscitar cambios particulares, también los genera al interior de la familia, en la política y en las condiciones de trabajo en el aumento de los ‘centros urbanos e industriales’.

Aún hoy, 50 años después, aproximadamente, la realidad social básica es la económica, en las organizaciones sean instituciones o empresas, el factor

⁵¹ Valor según Marx, es la capacidad de una mercancía para demandar otras mercancías a cambio de sí misma.

⁵² Extraído en www.monografías.com/trabajos_14/teoria-social/teoria-social.shtml#KARL. El 23 de abril de 2004 a las 11: 20 a.m.

monetario representa el fundamento para que se den las relaciones sociales entre individuos, pues cada uno tiene necesidades individuales, que sin tener que ser las mismas, si deben ser solucionados con el mismo factor: el dinero.

Esta misma lógica materialista, fue apoyada por el sociólogo polaco, Ludwig Gumplowicz; la sociedad u organización, afirmó, es un grupo de personas que se mantiene unidas por intereses materiales, ya que el motivo de toda conquista es la ganancia material. El Estado es una sociedad organizada, y controlada por la coacción o por la dominación de la clase superior; esta hipótesis de Gumplowicz, es conocida como su teoría de la fuerza. “Así pues, la conquista y la satisfacción de las necesidades a través del trabajo de los conquistados, que esencialmente es un sólo fenómeno, aunque difiera en la forma, es el gran tema de la historia humana, desde la prehistoria hasta el último plan para la creación de un Estado congoleño... no puede ser de otra forma, ya que la necesidad material del hombre es el primer motivo de su conducta.”⁵³

El Estado controla el trabajo, éste último deber ser organizado y obligatorio, no por ser ley formal sino natural, pues quien no tiene riqueza material deja de ser de la clase superior y automáticamente se convierte de la clase dominada; aunque realmente ambas clases lo son, porque tienden a actuar como ovejas; ante la necesidad de la satisfacción individual.

Este carácter ovejuno es el resultado de las clases sociales y de la capacidad que tienen los sujetos de alienar con el sometimiento de un pueblo por otro, en interés económico de este último. Resulta paradójico que sean las organizaciones de trabajo las que obligan al hombre a exteriorizar su ser social para actuar en grupo

⁵³ GUMFLOWICZ, Ludwig. Sistema Sociológico. 1963. pág. 203 -205

y a su vez lo conviertan en el menos social de los miembros por su lucha constante e insaciable de pertenecer a una clase superior.

Es importante aclarar que en este capítulo organización puede ser entendida por sociedad, grupo, comunidad o cualquier forma de asociación de personas, con intereses comunes que deben cumplir funciones y normas específicas; pues resulta claro que las teorías sociológicas, al igual que las demás teorías de otras disciplinas, con el tiempo y según los autores, manejan significados iguales con definiciones diferentes.

La sociedad, organización primera, es motivada por los hombres, quienes en su afán de satisfacción de necesidades sean básicas o creadas, trabajan en equipo, piensan en común y actúan determinados por los demás; este proceso de interacción sólo es posible desde la comunicación. La interacción es entendida por Carlos Marx como las acciones recíprocas o la influencia de una persona sobre otra, que la lleva a comportarse de un modo definido, dicha reacción genera a su vez otras reacciones.

Para cerrar este capítulo resulta claro que la comunicación y la organización (analizadas cada una anteriormente) tienen una relación directa, explicar dicha relación (como un todo, o mejor como un subcampo) a través de los aportes de las teorías sociológicas enunciadas a lo largo de este proyecto, es el fundamento del capítulo que se desarrollará a continuación.

7.5 EXPLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES DESDE CONCEPTOS SOCIOLÓGICOS

El objetivo central de este capítulo es relacionar los dos objetos de análisis del proyecto: la comunicación y la organización, desarrollados en los capítulos anteriores de forma individual, a fin de indagar con profundidad qué teorías y teóricos de la sociología se han preocupado en explicar los mismos y con el ánimo de tener una visión clara de cada categoría. En este capítulo, se hace fundamental relacionar los conceptos, para darle forma a este discurso sobre una explicación de la comunicación en las organizaciones.

Como su nombre lo indica, el presente proyecto de investigación es una explicación de la Comunicación en las Organizaciones, es decir, una forma más de dar cuenta de este subcampo o de contribuir con su campo cultural, y, como es obvio en la producción de conocimiento, no significa la única forma de dar explicación a este proceso y mucho menos la “verdadera”; no obstante, permite ver de otra manera este subcampo de la comunicación que cada vez ocupa un lugar representativo en el ambiente empresarial de hoy y en la academia ante la demanda laboral.

Así las cosas, lo primero es explicar por qué los conceptos de comunicación y organización, que fundamentan este proyecto, son significados desde la sociología; esta ciencia social de finales del siglo XVIII y principios del XIX, analiza el comportamiento de la sociedad, la cual es concebida como la primera forma de

organización; las sociedades y organizaciones requieren tanto explícita como implícitamente de la comunicación como proceso de integración e interacción que permite el entendimiento de los seres humanos, a través de construcciones de sentido para actuar en conjunto.

Así este estudio ha permitido constatar que las raíces de algunas teorías de la comunicación son sociológicas y esto contribuye a que ambos conceptos (comunicación y organización) puedan ser acogidos desde esta ciencia.

La comunicación en las organizaciones demanda entonces, un fundamento teórico, que permita responder preguntas como: ¿por qué se requiere de comunicación en las instituciones y empresas?, ¿qué hace que se necesite de procesos de comunicación al interior y al exterior de estos escenarios fundamentalmente económicos? Para responder a estos interrogantes la sociología explica que la sociedad es una estructura, compuesta por miembros que cumplen funciones específicas y acatan normas, que dan como resultado, si son relaciones armónicas, el logro de los objetivos corporativos; dichas relaciones se mantienen gracias al proceso de comunicación, donde los sujetos están en relación con los demás miembros de su ambiente sobre una base común de significados que surgen, se resignifican y se retroalimentan gracias a la interacción.

La organización como estructura, cuenta con subsistemas especializados y específicos, que sumados a otros subsistemas componen una unidad de trabajo, dicho proceso de engranaje es realizado por los miembros que conforman la estructura. De esta afirmación se desprende un primer principio que posibilita explicar teóricamente la comunicación en las organizaciones, desde la ciencia de la sociología: el fundamento de cualquier organización es el Talento Humano; la

organización, aunque funciona como un todo, se encuentra compuesta por mundos infinitos e individuales con intereses específicos y acciones particulares que afectan al colectivo; la interacción y las situaciones volubles hacen parte de sus principales características. Si en la organización este recurso mantiene su dinámica natural, a través de la acción coordinada, (interacción), el progreso, para Spencer, o el logro de los objetivos corporativos de cada organización son llevados a feliz término. Dicha acción coordinada es mediada desde la comunicación, ya que como afirmó George Simmel, la comunicación es acción recíproca de construcción e intercambio de significados que son apropiados y aceptados por el común para el logro de los objetivos organizacionales; a este proceso, como ya se mencionó, Roland Barthes lo llamó contrato colectivo.

La comunicación es el factor que determina la acción coordinada de los miembros al interactuar⁵⁴, ya que es en el ambiente organizacional, donde se determina lo que se necesita y el cómo puede obtenerse; además como proceso de integración, la comunicación permite también pensar la organización como un espacio de todos (empleados, clientes, sociedad en general), en el que se dan relaciones recíprocas de significados con los otros seres de su entorno, construyendo nuevos sentidos que contribuyen a la imagen y al desarrollo de la organización, pues a través del lenguaje, especialmente, los hombres logran el entendimiento que se requiere para cumplir con sus funciones

No obstante, ya sean empleados o funcionarios, con mundos independientes, dentro del ámbito corporativo, deben obedecer a lógicas organizativas que permiten cumplir con los objetivos empresariales e institucionales; estas lógicas o

⁵⁴ La comunicación es el factor de integración y desarrollo de las sociedades humanas. La mayor parte de la interacción humana implica la creación y uso de símbolos y se llama comunicación, según el sociólogo George A. Lundberg.

funciones, fueron materia de análisis de otro Sociólogo, Robert Merton, quien habló de funciones latentes y manifiestas; para el interés de este análisis, las funciones manifiestas como elementos intencionales, hacen que los sujetos reaccionen y tomen decisiones parcializadas que, en últimas, es el interés de la organización, para la cual lo más importante es el logro de su misión.

Además de realizar funciones, en la estructura u organización, también se acatan normas, mecanismos coercitivos, que para el sociólogo Emile Durkheim, moldean las acciones humanas de un modo inevitable y significativo. Las funciones, base de las relaciones sociales, y las normas, fundamento de los hechos sociales, son la esencia del progreso y la evolución organizativa, porque se requiere de un orden para que los procesos cuenten con coherencia y control. Es por esta razón, que aún para comunicar las lógicas corporativas, se requiere de quien las ordene o emita y de quien las cumpla o recepcione; sin embargo, lo ideal es que sí existen inconformidades se de un proceso de retroalimentación para que la armonía continúe rigiendo el proceso de las relaciones en las organizaciones.

Tanto las funciones como las normas, deben ser acatadas por los miembros de las organizaciones, porque así lo exige la dinámica empresarial; de la comprensión de lo que se debe (funciones) o no hacer (normas), también depende el éxito competitivo empresarial; dicha comprensión se da a través de la comunicación, ésta se requiere para transmitir las normas y funciones y para saber cuándo actuar o no; entre los niveles jerárquicos, la comunicación contribuye a mantener el orden social del que hablan los funcionalistas, es decir, una forma de estructuración de las relaciones sociales, del conjunto de reglas y normas básicas del sistema institucional o de las relaciones y los procesos que constituyen un determinado sistema social, con un grado bajo de conflictos.

Bajo esta misma lógica, Robert Merton, se preocupó también por dichas funciones en las organizaciones como sistemas dinámicos, funcionales y disfuncionales, que gracias al cumplimiento de las normas de sus empleados y/o funcionarios pueden cumplir sus objetivos; al respecto, el pensamiento del sociólogo alemán, Niklas Luhmann, complementa esta posición, al afirmar que es la comunicación el proceso que autoregenera la funcionalidad de los sistemas, a través de lo sentidos. Por medio de la comunicación se da el equilibrio entre lo que se emite, recepciona, filtra y distribuye; ello, a fin de crear la identidad que da sentido a la organización, que no es otra cosa que la “autoridad” frente al recurso humano para que este a su vez cumpla lo ordenado. Luhmann, denomina este proceso como autopoiesis.⁵⁵

La identidad de la que habla Luhmann es mencionada por el comunicólogo Joan Costa, en su libro *DirCom on -line*. El autor afirma que es un sistema de comunicación que se integra en la estructura del mundo empresarial como base de los imaginarios colectivos de los empleados de la organización, de la sociedad en el entorno en que se desenvuelve y lógicamente de los clientes; el encargado de la comunicación en la organización desde la imagen, la cultura y por su puesto de la identidad, es el *DirCom*, cuya principal función es otorgarle al proceso de la comunicación, su dinámica natural de funcionamiento. Además, Joan Costa apoya la tesis de que la raíz teórica de la comunicación en las organizaciones o empresas es la sociología.

No obstante, la comunicación entendida como un proceso de doble sentido de integración, no sólo emite funciones y normas para cumplir, también tiene la

⁵⁵ Este concepto se da según el autor, en la sociedad y en la comunicación, ya que esta última es un proceso selectivo, conformado por una triada de selecciones que dan inicio con una selección de información, después de analizar la sociedad en que se da la comunicación. LUHMANN, Niklas. *Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*. Anthropos. Barcelona. 1990.

posibilidad de canalizar los gustos, actitudes y valores de la multitud y de algún modo, puede contribuir a afectar las decisiones individuales y convertirlas en decisiones comunes; por tal razón, las lógicas institucionales, con intereses económicos, se ven realizadas porque, quiérase o no, el sujeto tiende a actuar como el común y sólo se trata de direccionar dichas actuaciones, además porque el factor económico, que también es social por sus implicaciones en el entorno, lo lleva a decidir como la mayoría, pues cuando la organización puede controlar tanto lo que se emite como lo que se recibe, se da un perfecto funcionamiento de las partes como un todo, en un proceso de relaciones recíprocas que se da gracias a la comunicación.

El funcionamiento armónico se debe también a la forma en que se encuentra concebida la organización como estructura de relaciones sociales; y a cómo se generan y se mantienen dichas relaciones. La comunicación, según los estructuralistas, como un proceso de construcción de estructuras lógicas mediante el intercambio de significados, descubre las interrelaciones creadoras del sentido y las reglas que constituyen las normas sociales; permitiendo a su vez, que las relaciones sociales sean relaciones de sentido, pues los miembros piensan la sociedad y la viven, ya que como afirma, Daniel Prieto Castillo, en su libro Diagnóstico de Comunicación, los sujetos no son simplemente emisores o receptores, son emisores y receptores en situación; en este sentido, el autor habla de la formación social como un elemento más del proceso de comunicación, que permite a los sujetos integrarse e interaccionar a través de significados y un contexto común; es en este punto donde emerge la comunicación, como la forma de relación inherente a los procesos de intercambio y cooperativismo.

Cada miembro es un mundo y éste interfiere en la organización; Max Weber considera que en las colectividades sociales, se puede ir más allá de las

uniformidades funcionales y las relaciones que se dan, para comprender las acciones y las intenciones. Desde esta afirmación se reconoce un segundo principio, el sujeto es social, gracias a su individualidad, entonces la organización, no sólo debe preocuparse por cómo actúa en relación con los demás, sino por cómo su conciencia y voluntad individual afectan el entorno en que se desenvuelve.

La voluntad, concepto del sociólogo Ferdinand Tönnies, constituye la condición inicial para que los miembros de la organización puedan querer en común y acepten recíprocamente la existencia de otros; de este modo, el sentido de la organización está en las formas de socialización, que se dan gracias a los procesos individuales, que son comunes en los seres humanos; un ejemplo, la satisfacción de las necesidades básicas, todos los miembros de la sociedad, bajo la mirada funcionalista, cooperan para cubrir sus necesidades porque tienen objetivos y valores comunes y dicha cooperación o formas de socialización son descritas por George Simmel como acciones recíprocas o comunicación, como proceso de intercambio de símbolos para construir significados compartidos.

El logro de los objetivos en las organizaciones, se compone de los intereses y las voluntades individuales; el sociólogo Jürgen Habermas, representante de la teoría crítica, argumentó que la sociedad, entendida como una organización, carece de un ente que permita la confrontación de las ideas de los individuos; no obstante, para este proyecto, la comunicación es un proceso de doble sentido y aunque si bien puede direccionar las acciones, también se convierte en el fundamento para el logro del consenso y la toma de decisiones comunes, como reconocimiento a la riqueza que se da en el intercambio de argumentos entre los individuos y a su capacidad crítica.

Si bien los miembros de las organizaciones deben cumplir con sus funciones y acatar las normas, también tienen el derecho de expresar libremente sus opiniones para contribuir con el fin organizacional, pues como asevera Cees Van Riel, en su libro *Comunicación Corporativa*, los objetivos del público interno deben ser congruentes con los de la organización a la que pertenece, a fin de lograr efectividad en los procesos y en los productos y/o servicios. En este aspecto, el comunicador desempeña en las organizaciones dos funciones fundamentales: la ventana y el reflejo, que según el holandés Van Riel, se tratan de invertir en la imagen de la organización, a través de las relaciones públicas, la publicidad corporativa, las relaciones con las 'administraciones públicas', las relaciones con el inversor; y en el mercado de trabajo, a fin de establecer con los públicos objetos interno y externo, un proceso de interacción claro y transparente.

Por otro lado, pensar al ser individual como un ser social, conduce a atribuir otra función a la comunicación: la interacción a través del lenguaje y por ende a establecer un tercer principio: la individualidad permite a los sujetos ser agentes sociales, pero es sólo la interacción lo que les permite pensar en común.

El interaccionismo simbólico considera que el individuo es a la vez sujeto y objeto de la comunicación y que su personalidad se forma en el proceso de socialización por la acción recíproca de elementos objetivos y subjetivos en la comunicación; dicha reciprocidad, se da a través del intercambio de símbolos, el uso de códigos interindividuales, sociales y culturales, que le permiten, gracias a la comunicación, desarrollarse como ser social, es decir, pensar en común y participar en acciones colectivas, pues los hombres actúan en relación con los otros seres de su entorno.

Herbert Blummer, otro sociólogo reconocido en esta corriente, argumenta que al comunicarnos creamos o producimos símbolos significativos, los cuales son usados y revisados como instrumentos para la guía y formación de la acción

colectiva. Los sujetos se componen de pensamientos individuales que conforman cada mundo, pero si estos significados no se expresan y se ponen en común, es decir se comunican, difícilmente podrán ser aceptados por los demás y convertirse en significados de sentido que fundamenten las acciones comunes.

Las relaciones sociales o acciones comunes entre los miembros de la organización son indispensables, pues cada uno obedece a papeles puntuales que sumados a los otros papeles, arrojan los productos y/o servicios que ofrece la organización. En este sentido, también la comunicación es fundamental, pues como proceso de integración, contribuye a la continuidad y a la normalidad de dichas relaciones en la organización, armonía de la que habla Denis McQuail, citado anteriormente.

Finalmente se encuentra un cuarto principio que es base de la naturaleza organizacional: el interés de la mayoría de las organizaciones es fundamentalmente económico. De la mano con las necesidades básicas comunes, se encuentran las necesidades de valor, que es la relación más fuerte que existe en el ámbito organizacional tanto para el empleador como para el empleado, ya que la razón de ser de la mayoría de las organizaciones es el lucro y esto se da, como ya se mencionó, gracias al talento humano individual que trabaja colectivamente.

Esta lógica económica dificulta pensar la importancia de la comunicación en las organizaciones, no obstante, también se presenta como la oportunidad de realizar estrategias que permitan, no desconocer la realidad, pero si direccionarla a favor de la organización, sus intereses y su recurso humano. Y en este aspecto la comunicación cobra un 'valor invaluable', ya que las necesidades de sobrevivir determinan las acciones de los individuos y éstas a su vez se ven afectadas por

los demás individuos y el entorno, entonces, a través de la socialización, que también se da gracias a la comunicación, el sujeto puede decidir de un modo condicionado o hacerlo de una manera crítica.

Sin embargo, este no es el único punto a tener en cuenta desde este enfoque: la situación se complejiza si se considera el público externo, en el que el cliente es también muy importante para una empresa o institución. ¿Por qué? Porque los mensajes que recibe y la imagen que tiene de la organización determinan la compra de su producto o la obtención de su servicio. En este sentido, también la teoría crítica sociológica considera que, sin importar el medio ni el mensaje, lo que importa es que la comunicación en vez de ser un factor alienante, contribuya a la formación crítica de la sociedad, para que al recibir los mensajes publicitarios, pueda decidir si consumen o no. Este aspecto debe ser de gran ayuda para la organización, porque si bien esta teoría critica la manipulación de los mensajes, en ningún momento niega que dichos efectos sean una realidad.

Este proceso económico determina, en muchos casos, la forma en que se satisfacen las necesidades básicas y cotidianas de los individuos en las organizaciones; en su afán de adaptación y satisfacción, trabajan en equipo, piensan en común y actúan determinados por los demás, es decir, continuamente se encuentran sumergidos en un proceso de interacción al que se conoce como comunicación. De este modo, la comunicación en las organizaciones, como subcampo de conocimiento, es indispensable en las empresas y/o instituciones gracias a los miembros, pues son sus relaciones, acciones recíprocas, niveles de socialización y de integración e interacción, es decir su proceso de comunicación, lo que permite el desarrollo, progreso y/o evolución.

8. CONCLUSIONES

1. Una explicación de la comunicación en las organizaciones desde conceptos sociológicos, se encuentra concebida como referente para los estudios posteriores sobre este subcampo de conocimiento, que contribuya con la independencia de su campo cultural.
2. Este subcampo de conocimiento visto desde la sociología, es condición primera de constitución de cualquier forma de organización compuesta por seres humanos, pues sólo a través de la comunicación, se da el entendimiento de las personas, la exteriorización del pensamiento, la acción colectiva, intencional y recíproca, y los demás procesos que implican pensar en común y actuar en relación con los otros miembros del entorno
3. A partir del recorrido histórico realizado con el presente proyecto de investigación, queda comprobado que el subcampo de la comunicación en las organizaciones puede ser sustentado conceptualmente desde la sociología, ya que esta ciencia ha tenido desde sus inicios, la inquietud de la comunicación en las relaciones sociales, como razón de la existencia de las organizaciones. Esto se puede concluir después de haberse estudiado las teorías Crítica, Estructuralista, Funcionalistas e Interaccionismo Simbólico, de fundamento sociológico, y comunes para ambas categorías de análisis: comunicación y organización.

4. Una explicación de la comunicación en las organizaciones desde conceptos sociológicos se constituye en un elemento útil de consulta y soporte conceptual para los interesados en el subcampo, ya que ofrece otra mirada no convencional a las ofrecidas tradicionalmente como la administrativa donde la comunicación es un proceso más que contribuye a La armonía de la organización, por su parte, en la sociología, la otra mirada propuesta, la comunicación es el fundamento del comportamiento de las organizaciones.



9. BIBLIOGRAFÍA

- ARIAS, Juan Guillermo. La comunicación empresarial en Caldas. En: REVISTA ESCRIBANÍA # 2. Enero – Junio de 1999.
- ARIAS, Juan Guillermo. Antiobituario de Orlando Sierra. En: Foro: la violencia contra los medios de comunicación. 11 de febrero de 2002.
- BARTHES, Roland. La Aventura Semiológica. Barcelona. Paidós. 1993.
- BARTHES, Roland. Lo obvio y lo obtuso. Barcelona. Paidós Comunicación. 1982.
- BARTOLI, Annie. Comunicación y organización. París. Paidós. 1992.
- BECKER, H. de H.E. Barnes. Contribuciones de antropología. En: Teoría contemporánea social. Nueva York. Editores.1940.
- BOHANNAN. Paul. Para raros nosotros. Introducción a la Antropología Cultural. Madrid. Akal. Editorial McGrawHill. 1992
- BONILLA, G. Carlos. La Comunicación, como función de las relaciones. México. Trillas. 2001.
- BOURDIEAU, Pierre. Cuestiones de Sociología. Madrid. Ediciones Istmo. 2000.

- BOURDIEAU, Pierre. Sobre la televisión. Madrid. Anagrama. 2000.
- CEES, Van Riel. Comunicación Corporativa. Madrid. Prentice Hall. 1997
- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. . Colombia. Mc Graw Hill. Cuarta edición. 1995
- CORTES, T. Mónica Sofía. El papel de la comunicación en el proceso de servicio al cliente. 1999. Manizales, Colombia. 1999. Universidad de Manizales. Facultad de Comunicación Social y Periodismo.
- COSTA, Joan. DirCom on – line – el master de dirección en comunicación a distancia. Bolivia. Editorial Design. 2004.
- DON, Martindale. La Teoría Sociológica. Naturaleza y Escuelas. España. Aguilar. 1979.
- DURKHEIM. Emile. Las reglas del método sociológico. Buenos aires. Editorial La Pleyade.1976.
- DURKHEIM. Emile. La división del trabajo social. Madrid, Akal. 1893.
- FERNÁNDEZ, C. Carlos. La Comunicación Humana en el mundo contemporáneo. México. Editorial McGrawHill. 2000.
- FERNANDEZ, Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones. México. Editorial Trillas. 1997.
- FERGUSON, M. Economía Política y estudios Culturales. Barcelona. Editorial

Comunicación. 1997.

- FICHTER, Joseph H. Barcelona. Editorial Herder. 1972.
- GARCIA, R. Luis Enrique. Lógica y pensamiento crítico. Manizales. Universidad de Caldas.. 1997.
- GIRALDO, J. Alexandra. Comunicación Organizacional y Calidad en industrias Lehner S.A. 2001. Universidad de Manizales. Facultad de Comunicación Social y Periodismo.
- GORDÓN, Judith H. Comportamiento organizacional. Quinta edición. México. Editorial Prentice – Hall Hispanoamericana S. A.1997
- GUMFLOWICZ, Ludwig. Sistema Sociológico. 1963.
- H. SCHOECK. Historia de la Sociología. Barcelona. Biblioteca Herder. 1977
- HABERMAS, Jurgen. Teoría de la acción comunicativa, II. Madrid. Editorial Taurus. 1981.
- Herencia y medio. En: periódico de aplicación a la sociología X, número 4 (marzo - abril). 1926.
- KROPOTKIN, Pedro. La conquista del pan. Barcelona. Editorial Castellana: Júcar. 1971
- LEVI – STRAUSS, Claude. Antropología Estructural. París. Paidós. 1995.

- LUCAS, M. Antonio. Sociología de la Comunicación. Valladolid. Editorial Trotta. 1999.
- LUHMANN, Niklas. Ilustración Sociológica y otros ensayos. Argentina. Editorial Sur. 1973
- LUHMANN, Niklas. Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo. Barcelona. Anthropos. 1990.
- MACLUER. M. Robert. Causación social. México. Fondo de Cultura Económica. 1949.
- MARCUSE, Herbet. El hombre Unidimensional. Barcelona. Editorial Seix Barral S.A. 1972.
- MARÍN, Antonio. L. La Comunicación en las empresas y en las organizaciones. Barcelona. Casa editorial Bofch. 1997.
- MARÍN, Antonio L. Sociología de la Comunicación. Madrid. Editorial Trotta. 1999.
- MARÍN, Henry. Organización de aprendizaje, cultura organizacional, Gerencia del cambio. Brasil. 1998. Universidad Sao Paulo.
- MARTIN, Barbero, Jesús – SILVA, Armando. Proyectar la comunicación. Colombia. Editores Tercer mundo S.A. 1999.
- MARTINEZ, Leonor. Diccionario de Filosofía. Bogotá. Panamericana Editorial. 1996.

- MASCARAY, Jaré – Elias – Joan. Más allá de la comunicación Interna. En: la intracomunicación. Barcelona. Editorial Gestión 2000.1998.
- MATTELART, Armand y Michèle. Historia de las Teorías de la Comunicación. Barcelona. Paidós comunicación. 1995.
- McCARTHY, Thomas. La teoría crítica de Jurgen Habermas. Madrid. Editorial Tecnos. 1978.
- McQUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós comunicación. 1993.
- MEAD, H. George. Espíritu, personas y sociedad. Barcelona. Paidós Básica. 1973.
- Memorias, seminario de grado: Comunicación, desarrollo y de las organizaciones. Universidad Manizales.2003-2004.
Módulo 1: Sociedad Moderna y Organización Contemporánea. Por: Ancizar Narváez Marín.
Módulo: 2: Naturaleza y dinámica de la Organización: Política, Económica, Cultural y Social. Por: Jorge Iván Jurado. Desarrollo Humano y Social. Por: Luis Horacio Hincapié Duque. Gestión en las organizaciones. Por: Guillermo Arias Ostos.
Módulo 4: Sociedad, Ser Humano y Organización. Por: Consuelo Berrio.
Módulo 7: La negociación como una forma de resolver conflictos. Por: Iván Dario Saldarriaga A. La comunidad organizada y los ciudadanos. Por: Daniel Guillermo Valencia. Comunicación y Organización. (el módulo no cita al docente).

- MERTON, Robert K. Teoría y Estructura Sociales. México. Fondo de Cultura Económica. 1964.
- M, JABLIN. Frederick. Estudio de la Comunicación Organizacional: su evolución y su futuro.
- MÚNERA, U. Pablo A. y SÁNCHEZ, Z. Uriel H. Comunicación empresarial: una mirada corporativa. Medellín. Colección Hermes. 2003.
- NIKITIN. P. Economía Política. Rusia. EMPASAR. 1959
- PARSONS, Talcott. Apuntes sobre la teoría de la acción social. Buenos Aires. Amorrortu Editores. 1953.
- PIAGET, Jean. El estructuralismo. Argentina. Proteo. 1971.
- PRIETO, C. Daniel. Diagnóstico de la Comunicación. Quito. Editorial Quipus. 1990.
- RITZER, George. La investigación de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós.
- ROCHER, Guy. Introducción a la sociología general. Barcelona. Editorial Herder. 1980.
- SABINO, A. Carlos. El proceso de investigación. Caracas. Editorial Panapo. 1992

- SIMMEL, Georg. Sociología, 1 estudios sobre las formas de socialización. Editorial Alianza Universidad. 1977.
- SOROKIN. A. Pitirim. Sociedad, cultura y personalidad. Nueva York. Harper and Bros. 1947.
- SPENCER, Herbert. Principios de Sociología. Volumen 1. 1892
- THOMPSON, Jhon B. Los media y la modernidad. Barcelona. Paidós. 1998
- TIMASHEFF, Nicholas S. La Teoría Sociológica. Su naturaleza y desarrollo. México. Fondo Cultural Económico. 1961.
- TÖNNIES, Ferdinand. Principios de Sociología. México. Fondo de Cultura Económica. 1946.
- URICOCHEA, Fernando. División del Trabajo y Organización Social: Una perspectiva sociológica. Grupo Editorial Norma. 2002
- VARONA M., Federico. La Enseñanza de la Comunicación Empresarial en los Estados Unidos. En: La comunicación interna en España. Guía oficial 1999. Págs. 32-37. España. 1999.
- VELÁSQUEZ, C. Luisa Fernanda. Modelos administrativos y modelos comunicativos en la Fábrica de Café Liofilizado. Chinchiná, Colombia. 1999. Universidad de Manizales. Facultad de Comunicación Social y Periodismo.
- WEBER, Max. La teoría de la organización social y económica. Buenos Aires. Amorrortu Editores. 1947.

- WEBER, Max. Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva. México. Fondo de cultura económico. 1974.
-

- www.antroposmoderno.com/textos/bordieu/stml/consucultu.shtml. El 5 de octubre de 2004 a las 11.56 a.m.
- [HTTP://WWW.UNLZ.EDU.AR/CATEDRAS/S-PEDAGOGIA/ARTIC3.HTM](http://WWW.UNLZ.EDU.AR/CATEDRAS/S-PEDAGOGIA/ARTIC3.HTM). el 1 de octubre de 2004. 11:50 a.m.
- <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/gi/mercom.htm>, consultada el 1 de octubre de 2004 a las 10: 24 a.m.
- <http://prof.usb.ve/miguelm/laetnometodologia.html>, el 13 de octubre de 2004, a las 8:22 a.m.
- <http://html.rincondelvago.com/interaccion-simbolica.html>, el 13 de octubre de 2004, a las 9:30 a.m.
- http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo9/comunic_masas.htm el 12 de octubre de 2004, a las 8:41 a.m.
- http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo9/comunic_masas.htm el 12 de octubre de 2004, a las 8:41 a.m.
- http://members.fortunecity.es/robertexto/archivo9/comunic_masas.htm el 12 de octubre de 2004, a las 8:41 a.m.

- <http://www.monografias.com/trabajos5/comep/comep.shtml> el 12 de octubre a las 8:44 a.m.
- www.infoamerica.org.co. Pensar en la comunicación. El 22 de julio de 2004
- www.historiadelasteoriasdelacomunicacion.com
- Página Web Innovarum. En: La sociedad de la información y del conocimiento. Observatorio cultural. Venezuela.
- www.lablaa.org/.Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango. En: Bibliografía Marx Horkheimer, el 15 de octubre de 2004, a las 10:45 a.m.
- ZUBIRIA, Miguel y Julián. Biografía del pensamiento. Cooperativa editorial magisterio. Colombia. 1989.

UNIVERSIDAD DE
MANIZALES