

Enredos y desenredos de la comunicación organizacional. Caminos y paraderos en tránsito

Susana Espinosa Velázquez

Griselda Guillén Ojeda

Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

Es necesario reconocer la falta de acuerdos entre académicos y profesionales tanto de las Ciencias de la Comunicación como de otras disciplinas para demarcar los alcances, límites y elementos que intervienen en el estudio y tratamiento de la comunicación organizacional; esta falta de acuerdos ha provocado denominarla con diferentes apelativos, lo que ha contribuido a la confusión y desinformación en la que se ven involucradas por lo menos seis disciplinas. Este artículo tiene como propósito presentar información sistematizada que contribuya a este fin. La primera parte se refiere a las bases epistemológicas que se han estudiado en Estados Unidos de América y América Latina; la segunda presenta, a nivel de datos, los estudios más recientes de organizaciones mexicanas que tratan temas de comunicación interna y organizacional, para lo cual se analizaron 16 trabajos publicados en revistas reconocidas por EBSCO Host. Entre los resultados encontrados se identificó que la comunicación organizacional se adapta a las necesidades e intereses de la o las disciplinas que la tratan, por lo que su alcance puede ser muy basto. Se reconoció como limitante el marcado énfasis en el

tratamiento desde la corriente positivista, así como la presencia de las figuras de emisor-receptor como elementos de la comunicación.

Palabras clave: comunicación, comunicación organizacional, teoría de las organizaciones.

Las organizaciones son concebidas como entidades sociales donde se demarcan intereses personales y grupales que corresponden a dinámicas sociales y cotidianas. La comunicación organizacional es el mecanismo que permite conciliar o no estas dinámicas.

Una de las limitantes que ha provocado la dificultad de llegar a acuerdos, es que este joven subcampo de la comunicación es abordado por diferentes disciplinas, y cada una de ellas lo ve como herramienta subordinada, por lo que el énfasis que le imprimen a sus observaciones está fundamentado desde su propio campo disciplinar. Por otro lado, es necesario reconocer la falta de acuerdos entre académicos y profesionales de las Ciencias de la Comunicación para delimitar los alcances, límites y elementos que intervienen en la comunicación organizacional, la cual ha sido denominada con diferentes apelativos, lo que ha venido a contribuir a esta confusión y desinformación en la que se ven involucradas por lo menos seis disciplinas.

No obstante, es necesario reconocer la preocupación de muchos colegas de las Ciencias de la Comunicación que han mostrado su interés por iniciar de manera seria una discusión sobre el particular, por lo que este artículo tiene como propósito contribuir a sistematizar información que se considera de suma importancia para este fin. Se realizará primero un reconocimiento sobre el desarrollo de la comunicación organizacional a partir de los estudios registrados desde los principales postulados ontológicos entre los que se encuentran entretejidas las Ciencias de la Comunicación, las administrativas, sociológicas, psicológicas e ingenieriles, entre otras, y su tributo al estudio de la comunicación organizacional, presentado éste como estado del arte.

Posteriormente se presenta el análisis de 16 trabajos de organizaciones mexicanas publicados en revistas consideradas por EBSCO Host a partir de la base de datos Academic Search Complete, considerada como la más completa del mundo. Es a partir de los conceptos de comunicación interna y comunicación organizacional que se eligieron las publicaciones para ser analizadas a la luz de las teorías.

Enredos. La comunicación organizacional

La comunicación organizacional es un proceso de producción e intercambio de significados, de naturaleza mediadora y mediada, planificado y espontáneo, que genera flujos de sentido que se dan tanto dentro de las organizaciones como entre éstas y su entorno, con el fin de facilitar el cumplimiento de sus objetivos y el fortalecimiento de su identidad y cultura (Saladrigas y Trelles, 2003). Por ello se le considera como una herramienta que permite la sincronía de las realidades compartidas entre los diferentes públicos que se encuentran en el entorno corporativo, entendido éste como construcción colectiva mediada por los paradigmas y la cultura de la organización (Manucci, 2005), así como de los campos con los que interactúa. La realidad corporativa es una trama del imaginario llena de significados desde donde emerge la interpretación y construcción de lo cotidiano en las organizaciones, donde se van construyendo y reconstruyendo sus signos de identidad y cultura.

Por las características propias de cada actividad y su relación con las condiciones y necesidades de su campo y entorno, y para comprender lo que ocurre en una entidad a través del estudio de la comunicación organizacional, se hace necesario distinguir entre las diferentes prácticas comunicativas que ocurren en este ámbito y sus diversos públicos. El tratamiento que ha recibido no ha considerado tal distinción ni los elementos que la conforman, sino que se ha abordado de manera tan abarcadora que no en pocas ocasiones suele provocar dificultad y discusión. Para entender la comunicación organizacional se requiere conocer cuál es el sentido que le otorgan los actores del proceso y praxis.

Contribución para encontrar el camino del desenredo. Paradigmas teóricos para el abordaje de la comunicación organizacional

Las tendencias teórico-metodológicas identifican tres grandes paradigmas ontológicos: la visión instrumental, la interpretativa-simbólica, y la crítica. En el caso de la primera, la literatura clásica de la comunicación organizacional cita diferentes teorías que se han enfocado a ella, siguiendo una cronología muy marcada por el desarrollo empírico-teórico de las disciplinas afines o limítrofes de las ciencias sociales y humanísticas, como ha ocurrido con el resto de las áreas de la comunicación social, las ciencias empresariales y la administración.

Hacia finales de los setenta, Putnam (1987) identificó cuatro grandes “familias” de interés teórico y metodológico, a saber, la política, la retórica, el procesamiento informativo, y la cultural. Saladrigas y Trelles (2003), siguiendo a Putnam, postula que la comunicación organizacional, como disciplina, emergió de cuatro tradiciones en los Estados Unidos: la comunicación del habla (speech communication), los estudios sobre persuasión (es decir, publicidad y propaganda), el discurso público u oratoria, y la teoría de la comunicación humana. Mientras que en los años ochenta el *Handbook of Communication* (Jablin y Putnam, 2001) clasificó los presupuestos teóricos de la comunicación organizacional en mecanicista o mecánico, psicológico, interpretativo-simbólico, y sistémico. Por su parte, Habermas (1989a) reclasifica epistemológicamente las tendencias de la ciencia en: a) empírico-analíticas, o positivista, donde ubica al funcionalismo; b) las interpretativas, o fenomenológica-hermenéutica y lingüística; y c) la dialéctica o sistemática de la acción, también conocida como crítica.

Ya en la década de los noventa, con la influencia de las ciencias sociales y humanísticas, aparecieron en la literatura clasificaciones como las ofrecidas por Danniels y Spiker (1991), quienes consideran como perspectivas de la comunicación organizacional la tradicional o positivista, la interpretativa y la crítica, a lo cual se adscribe Varona (1993), quien habla de escuelas funcionalistas, críticas e interpretativas, y a lo

que se suma Fernández Collado (1997) al incorporar las teorías críticas y posmodernas en el abordaje de estas temáticas.

Se considera pertinente adentrarse en cada una de las posturas teórico-epistemológicas para reconocer las aportaciones que han hecho al estudio de la vida de las organizaciones, aunque este artículo se enfoca en la visión instrumental y crítica.

Estudios positivistas o empírico-analíticos.

Habermas (1989a) se refiere al paradigma empírico-analítico en los siguientes términos: “Con un interés técnico pragmático, el sistema de referencia prejuzga el sentido de los posibles enunciados científico-experimentales, fija reglas tanto para la construcción de teorías como para su comprobación crítica” (p 68.). Son apropiadas para teorías de interrelaciones hipotético-deductivas de enunciados que permiten la deducción de hipótesis empíricamente llenas de contenido. Reporta una vocación instrumental, es decir, se trata de un saber que sirve para hacer cosas, para resolver problemas, para predecir eventos, y para mejorar el desempeño de las instituciones y de las organizaciones.

Los primeros estudios modernos sobre comunicación organizacional se originaron en Estados Unidos en las décadas de 1930 y 1940 (Jablin y Putnam, 2001; Thopkin, 2001). Para mediados del mismo siglo, la primera revisión del estado del arte realizada por Thopkin en el periodo comprendido entre 1965 y 1967, registró más de cien trabajos de investigación empírica. El interés se centró en categorías clásicas del estudio de la comunicación, es decir, sobre el funcionamiento, sus elementos – como canales formales e informales, relaciones de subordinación, conducta del subordinado y problemas ocasionados por ella, como salto de niveles en la estructura y participación–. Desde esta concepción se desarrollan la perspectiva mecánica, psicológica y sistémica.

Perspectiva mecánica.

Esta perspectiva según Bartoli (1992) supone que la emisión-recepción del mensaje es lineal, y se le reconoce como la teoría clásica de la administración. El enfoque mecánico sintetiza la influencia de las teorías matemático-informacionales representadas por Shannon y Weaver, 1948, la escuela de la administración científica propuesta por Taylor, 1911; Fayol, 1929; Weber, 1947 tiene sus referentes en la psicología conductista de Watson y Skinner, también retomada por la comunicación masiva sentaron antecedentes para modelos hipodérmico-conductistas, como el propuesto por Lasswell (1948).

Este enfoque se centra en la transmisión y recepción acuciosa del mensaje a través del canal que liga al emisor con el receptor, considerado este último generalmente pasivo. Este proceso que se ve como lineal y transmisivo, pone poco interés en la retroalimentación, y tiene la función de ofrecer la información precisa para lograr la eficiencia organizacional necesaria, pero con flujos verticales descendentes que refuerzan la autoridad de la administración.

Otra línea dentro de este enfoque es la tendencia how-to, que tiene la intención de reconocer el cómo se hace, principalmente relacionado con los análisis o diagnósticos. Paralelamente, Thopkin (2001) define algunas categorías propias o particulares de la comunicación organizacional, así como el uso de conceptos y teorías básicas entre el emisor y el receptor. Una de las posturas niega la existencia de un canal recto entre los elementos del proceso, pues existen factores que median la recepción y los efectos del mensaje, entre los cuales son advertidos, en primer lugar, los rasgos o estados psicológicos del individuo y la influencia de los grupos de pertenencia.

Entre los temas abordados por esta perspectiva se encuentra el clima organizacional –el cual fue aceptado como elemento que media la comunicación efectiva–, concepto entendido como la capacidad de generar tal grado de persuasión que los receptores aceptan la propuesta del emisor. Esta puede considerarse una de las nociones más repre-

sentativas de la visión lineal de la comunicación, pensamiento clásico correspondiente a la década de los sesenta.

En este mismo perfil, en Europa, particularmente en Alemania, floreció el estudio de la comunicación en el sector público con el enfoque de la comunicación institucional, donde se desarrolla la publicity, las relaciones públicas, y la propaganda política –empleada por los servicios de información y administración pública, cuyo objetivo se focalizaba en aumentar la moral y engañar al enemigo-.

Perspectiva psicológica en el ámbito organizacional.

Se desarrolla como la escuela de las relaciones humanas. A partir de los estudios realizados por Mayo (1933), McGregor (1960) y Likert (1961) en Rogers, Evert, (1982) aunado con las aportaciones de las representaciones de Malinowski (1942), Lazarfeld (1945) y Merton (1949), en Alvarado y Garrido (2004) la psicología cognitiva, (Perret-Clermont, 1980) llega a la conclusión de que las cogniciones que realiza el receptor están relacionadas con los filtros conceptuales bajo los cuales decodifica los mensajes, y por ello se comporta de la forma que lo hace.

Se considera al receptor como sujeto activo en el consumo de mensajes, se enfatiza la relación entre las intenciones de estos con aspectos humanos, se acentúa el rol de la exposición selectiva, así como las frecuentes asociaciones de relación lineal entre conocimiento y conducta, por lo que proliferan los mensajes como instrumentos de mediatización.

Entre las principales implicaciones de este enfoque, puede señalarse que la comunicación es asociada a la administración, se estudian los patrones del feedback, manejo de conflictos, trabajo en grupos y equipo, así como la repercusión de la participación en la toma de decisiones. Se acepta la subjetividad como válida, es decir, el reconocimiento del poder de la mente humana en el ejercicio de la libertad y la capacidad de creación. Sin embargo, los estudios de comunicación organizacio-

nal mantuvieron su racionalidad instrumental al continuar tratando de desarrollar métodos que permitieran pensar a la organización como generadora de confianza y credibilidad moral para tener mayor seguridad y certeza, hacerlo bien y hacerlo saber.

Perspectiva sistémica.

Fundamentada en la teoría general de sistemas de Von Bertalanffy, Parson, Goldhaber, G. (1989). se enfoca principalmente en el tratamiento de la información como energía, concibiéndose a la comunicación como sistema abierto (Rivadeneira, 1988). En el caso de la comunicación organizacional, también se considera energía a la comunicación, y se acepta que ésta puede ser no sólo mediada, sino medida. La perspectiva del estudio desde la complejidad y mediada por diferentes factores poco se desarrolla, y prevalece la que es medida.

Trabajar la comunicación en las organizaciones fundamentada en la teoría del sistema abierto permite no sólo alcanzar los objetivos, sino generar sinergia. Una de las expectativas que provocó esta corriente fue suponer que permitiría mantener la unidad y secuencia de las actividades organizadas, obtener la información necesaria de su ambiente para poder adaptarse continuamente a los cambios, y lograr modificaciones en el sistema. Sin embargo, Martín Serrano (2004) plantea que la interdependencia se expresa de diferentes formas en función de las condiciones en las que se encuentra cada subsistema; reconoce la no linealidad, por lo que el cambio de un componente implica modificaciones de doble sentido con otro u otros; es decir, cada subsistema puede reaccionar de manera distinta, por tanto fue muy difícil mantener la unidad, secuencia y armonía de las actividades organizadas al mismo ritmo.

Esta teoría fue la premisa para entender la complejidad de los procesos de comunicación y los problemas de la comunicación tanto social como organizacional. Durante esta etapa empezó a cobrar importancia

la identificación de diferencias y particularidades de cada sistema, con lo que quedó totalmente descartada la vieja visión y reacción de masas.

La complejidad tanto del sistema como del entorno excluye cualquier forma totalizante de diferencia en uno y otro sentido (Lukmann, 1978). Tratar de entender lo que pasa y su comportamiento ha sido cada vez menos probable; las generalizaciones quedan descartadas, por lo que para comprender los procesos de comunicación organizacional se requiere situarlos en tiempo, espacio, tipo de actores, sus condiciones y sus capacidades.

Habermas (1990) propuso analizar el acto comunicativo a partir de la lingüística, puesto que es el medio de intercambio y articulación entre sistema y entorno. Mientras tanto, Redding (en Goldhaber, 1989) recomendó estar seguros del número óptimo de elementos seriados, por lo que nuevamente se puso énfasis en la fidelidad de la recepción y del sentido para generar cambios.

Se desarrolló la premisa de que el clima organizacional es más importante que las técnicas y los medios, y que el clima gerencial ideal está compuesto por: a) apoyo; b) realizar decisiones participativas; c) desarrollar veracidad, confianza y credibilidad; d) tener un comportamiento abierto y cálido; y e) hacer énfasis en poner en práctica los objetivos establecidos.

Un par de años después la visión de la complejidad fue aceptada, y fue Piñuel (1999) quien, al aplicar su famosa auditoría de comunicación, reconoció la existencia de un sistema peculiar de comunicación en cada proceso administrativo de la organización. Nosnik (1991), por su parte, ya aseveraba que explicar a la comunicación organizacional como un sistema permite estudiarla como proceso, como dinámica organizacional formadora de estructuras formales e informales [redes de comunicación estructuradas]. Reconocerlas facilita examinarlas desde diferentes modalidades [intra e inter organizacional o grupal] a partir cuatro niveles de análisis: fisiológico, psicológico, sociológico y tecnológico (p. 180).

La visión contingencial o enfoque contingente de la conducta y del diseño empresarial (Burns y Stalker, 1961; Woodward, 1965; Lawrence y Lorsch, 1967) en Rogers, E. (1982) se basa en los principios de la teoría de los sistemas abiertos, y supone que “la eficiencia empresarial es el resultado del grado en que una organización pueda adaptar su estructura y su política, configura las variables situacionales, como la tecnología, el ambiente, la gente y la cultura, en las que se inserta” (Fernández Collado y Dahnke, 2000, p.27).

En general, todos estos enfoques son considerados funcionalistas, toda vez que concentran sus análisis en las acciones y función que dentro de la organización desempeña la comunicación, la cual es vista, con más o menos matices, como una variable más que influye en la productividad o efectividad de la organización (sistema social) mediante su relación con las motivaciones de los individuos implícitos en ella.

Otro camino. Estudios dialécticos o de la acción crítica.

Por su parte, la visión crítica se interesa en el análisis de dinámicas sociales como el autoritarismo, la transformación de los conflictos, y en sociedades altamente industrializadas. Su reflexión se centra en profundizar y examinar las dinámicas económicas del capitalismo, y para observarlas se concentra en el estudio de las prácticas de comunicación institucional y cómo éstas son sistemáticamente distorsionadas dando un sentido aparentemente social para servir a los intereses de quienes están en una posición de poder dentro de “la sociedad de instrucciones” (Habermas, 1989a).

La visión crítica tiene sus raíces en el marxismo y el neomarxismo de Gramsci, la Escuela de Frankfurt, fundamentalmente en Habermas, y la obra de Foucault. Tal vez sea esta perspectiva la menos difundida en el estudio de la comunicación organizacional, particularmente por su abierto rechazo a la investigación administrativa y su manifiesto interés

en transformar el orden social (Conquergood, en Fernández Collado, 1997).

El objetivo de la investigación crítica es descubrir, primero, qué prácticas comunicativas son sistemáticamente distorsionadas a través del uso del lenguaje o retórica organizacional, y qué símbolos emplean para ello; segundo, desenmascarar los intereses a los que sirven; y tercero, crear una conciencia que demuestre y, por ende, rechace toda forma de dominación y opresión dentro de la organización. Un ejemplo de esta postura la encontramos en Ávila (2004), quien advierte lo nocivo que ha resultado el discurso funcionalista de la comunicación, pues convirtió a la comunicación organizacional en un dispositivo de gestión, en instrumento administrativo al servicio del management. Otra crítica al positivismo fue dejar en un segundo plano el significado sociocultural de la comunicación, misma que es observada de manera secundaria como problema de orden técnico esencialmente administrable, y subordinada al imaginario gerencial y sus intereses. Sin embargo, Kaplún (2000) llama la atención a los investigadores sobre el riesgo de reducir los fenómenos sociales al análisis cultural como reflejo ideológico de los intereses de clase.

Caminos en América Latina y México. Positivismo contemporáneo o neopositivismo.

De acuerdo con Prieto (2004), la comunicación organizacional ha avanzado mucho más en lo profesional que en lo académico. En el primer campo han prevalecido los estudios diagnósticos y de intervención, los cuales han tenido como principal base teórico-metodológica la perspectiva positivista, en menor medida los estudios fundamentados en la interpretativa simbólica, y muy pocos investigadores han cimentado su trabajo en la postura crítica.

Los trabajos positivistas se interesaron en destacar las características de la comunicación respecto a la plataforma productiva, con énfasis

tanto en la estructura como en la función. Las auditorías otorgaron mayor importancia a temas de comunicación interna y externa, así como imagen corporativa, al análisis de sociometría y procesos de gestión de resultados.

Entre los positivistas contemporáneos se encuentra Nosnik, quien se apoya en el trabajo de Lewin, Laswell, Lakatos y Popper, y considera a los auditores como agentes de cambio en la organización, pues sus teorías y métodos coadyuvan a la función de desarrollo organizacional. El comunicador, dentro de esta vertiente, analiza el estado de los flujos de información y comunicación de la organización (función descriptiva), las pondera con las teorías y métodos (función evaluadora), y trata de vincular a la entidad con la misión que se ha impuesto, con el máximo de eficacia y eficiencia posible (función de desarrollo).

El analista-asesor se reconoce como un mediador que observa desde fuera, pero las preguntas y respuestas las realizan los de adentro. Su objetivo fundamental es descubrir, entender y promover la innovación en procesos y sistemas sociales y organizacionales, es decir, la organización se maneja entre la rigidez y la flexibilidad.

Según Varona (1993), el neopositivismo utiliza como método la entrevista apreciativa para investigar cuál es el sistema de comunicación que da vida a la organización cuando ésta se encuentra en su punto máximo de realización en términos humanos, ecológicos y económicos. Varona (1993) encuentra que en muchas ocasiones las estructuras funcionales altamente especializadas y el estilo de dirección de los gerentes ha propiciado que cada área y, a veces, trabajador, conozca sólo lo que le corresponde hacer. Al estudiar el impacto de los mensajes, señala que los positivos permiten mayor credibilidad y seguridad, y reducen la incertidumbre. En sus estudios sobre clima organizacional, el autor afirma que si se modifica el clima es posible mejorar todas las partes de la organización, especialmente producción y satisfacción.

Fernández Collado y Varona se inclinan por la teoría apreciativa y el constructivismo con visión ecléctica, empleando un modelo dialógico en sus intervenciones. Al igual que Nosnik, analizan los procesos co-

municativos agrupando a los actores por su nivel de responsabilidad, y los caracterizan para reconocer cómo fluye la información y comunicación entre niveles de responsabilidad diferentes. Sin embargo, no diferencian de acuerdo a las condiciones y necesidades de cada tipo de trabajo, lo que impide observarlos en relación al contexto.

Interaccionismo simbólico.

Al analizarse las organizaciones desde las teorías sistémicas, como la del caos, el pensamiento complejo, y la de la estructuración de la dualidad de Giddens (2006), queda inscrito el reconocimiento a la dimensión interactiva e interpretativa de la experiencia humana, lo que posibilitó examinar la complejidad de los procesos comunicativos de una estructura alejada del equilibrio. Desde esta visión, el determinismo y el azar, las contradicciones, las polaridades y los juegos de poder, conviven en un mismo sistema y redefinen permanentemente sus relaciones y su entorno.

Entre las concepciones de la comunicación organizacional desde esta perspectiva, se encuentra la que la concibe como “una herramienta que permite la sincronía de las realidades compartidas entre los diferentes públicos” (Manucci, 2005, p.160)

En esta postura se pueden encontrar referencias de estudios sociolingüísticos como los de Tovar Mendoza, quien, en acuerdo con Searle (1979), afirma que cuando hablamos ejecutamos un número restringido y específico de acciones, o como él llama a éstas, “actos de habla”. El conocimiento se desplaza desde lo observado hacia el observador para conocer a quién habla y cómo se compromete con lo que dice.

Los métodos y técnicas de investigación empleados en esta perspectiva permitieron identificar matrices basadas en dinámicas de gestión sistémica y desarrollar cada elemento. Entre las discusiones se pueden

encontrar posturas diversas respecto a la importancia de las barreras semánticas, cognoscitivas, psicológicas y administrativas, así como a la forma de eliminarlas.

De las auditorías de la comunicación, los tópicos más estudiados han sido la dualidad de la estructura significativa, las propiedades estructurales de los sistemas, y la estructura como responsable de formar a la persona y la sociedad de manera simultánea (Giddens, en Alvarado y Garrido, 2003); estos estudios se centran en aspectos cognitivos y motivacionales conscientes e inconscientes de los actores, y en el tipo de consecuencias que se derivan de sus acciones.

De la misma manera que existen condiciones para la acción que operan más allá de la capacidad de conocimiento del actor –condiciones inadvertidas–, y que su acción tiene consecuencias desconocidas para el mismo –consecuencias no intencionadas–, los aspectos motivacionales para la acción son sólo una parte de su conducta social, que al ejercerla la va aprendiendo, la va dominando como reflejo, como rutina, y la va incorporando a sí mismo; este proceso se va interiorizando y se va apropiando de él, y Bourdieu (2000) lo llamó “habitus”.

Postura crítica.

Uno de los representantes de esta perspectiva es Kaplún, quien desde la postura ambientalista piensa la comunicación organizacional como la disciplina de intersección, como el nodo de una red conformada por varias entidades y grupos. En sus trabajos se encuentra el análisis de metáforas del discurso cotidiano, en el cual no puede faltar el estudio de los medios y mensajes, los espacios y proyectos, las relaciones de grupo y las causas de sus luchas, la tarea, la conducción de reuniones, las prácticas, y la relación entre comunicación interna y externa.

A través de sus investigaciones, Kaplún (2000) reconoce que en las organizaciones existe mucha información, el problema es la falta de

comunicación, la necesidad de escuchar a la gente de adentro y de abajo, y de entablar una interacción cara a cara. De acuerdo con Marcuse (1968), Kaplún (2000) afirma que el aparato productivo tiende hacia el totalitarismo, en el sentido en que en las organizaciones los de arriba determinan no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las necesidades y aspiraciones individuales. De ese modo borra la oposición entre la existencia privada y pública, entre las necesidades individuales y sociales, y la tecnología se ha instrumentado para instituir formas de control social, puesto que determina las formas de producción y las necesidades existentes (Marcuse, 1968), es decir, la libertad está controlada y manipulada por las formas de producción, distribución y tecnología. Su mayor fortaleza radica en hacer pensar a los individuos y los grupos que son ellos quienes deciden qué hacer sin darse cuenta que las opciones que tienen están sugeridas. Este comportamiento provoca apatía, desinterés, sensación de impotencia e incertidumbre; se genera una necesidad de autoprotección y realizar una serie de acciones que le resguarden, y entre ello se encuentra la innovación, pero también la corrupción y la “tranza”.

Otro de los intereses de esta postura fue descubrir lo que la gente valora, espera y desea del sistema de comunicación para que mejore la organización; se propone investigar qué es lo que funciona bien y por qué; reconoce que también deben develarse aquellas formas deficientes de comunicación (injustas, problemáticas, abusivas) que tienen un potencial positivo relacionado con el trabajo.

Entre los métodos y técnicas empleados se busca encontrar las metáforas de autopercepción, se propone iniciar la búsqueda por los bordes. Utilizan técnicas proyectivas e historias familiares para analizar los imaginarios sobre la organización. Los dibujos colectivos son parte de las herramientas de esta tendencia, así como los talleres de discusión, aunque preferentemente se inclinan por realizar análisis del discurso.

Paradero. Las publicaciones mexicanas en EBSCO Host

La teoría de la comunicación organizacional ha sido desarrollada por distintas disciplinas y su contribución ha ido delineando este subcampo de las Ciencias de la Comunicación; sin embargo, aún no se puede decir que ya se encuentra delimitado, y sin duda es necesario conocer su estado actual, para lo cual se realizó una búsqueda de trabajos publicados en revistas arbitradas e indizadas reconocidas por EBSCO Host, considerada una de las bases científicas más robustas a nivel global.

La búsqueda se realizó por concepto de comunicación interna y comunicación organizacional, arrojando alrededor de 150 trabajos, de los cuales, tras una severa selección, se eligieron 16. El criterio de sistematización utilizado incluyó lo siguiente: que el artículo se refiriera a alguna organización ubicada en México; que el autor fuera mexicano o, en caso de varios autores, que por lo menos uno fuera mexicano; o que la publicación fuera mexicana.

Con base en los resultados de este análisis, se observa en los años recientes un incremento en la cantidad de artículos publicados referentes a la comunicación organizacional; aunque este aumento no es muy destacado, sí es constante del 2007 al 2012, y es a partir del 2011 cuando se encontraron tres publicaciones por año. Referente a los artículos publicados en coautoría, se denota que desde el 2008 a la fecha se ha pasado de una a tres por año.

Concerniente a las disciplinas que abordan el tema, de 26 autores sólo 7 pertenecen al campo de la comunicación; el resto corresponde a distintas disciplinas y abordan a la comunicación organizacional como herramienta subordinada a su propio campo, la mayoría desde la metodología cuantitativa, por lo que el énfasis que le imprimen a sus análisis está fundamentado desde su propia disciplina. Únicamente en el caso de la comunicación se encontraron ensayos en torno al desarrollo de la comunicación organizacional (ver Tabla 1).

Tabla 1. Disciplina, temáticas y metodología.

Disciplina	Número de autores	Temas	Metodología
Comunicación	7	Satisfacción de las relaciones interpersonales. Comunicación y responsabilidad empresarial. Desarrollo disciplinar.	3 estudios cuantitativos. 4 ensayos.
Enfermería	2	Percepción del trato digno en hospital.	Estudio cuantitativo.
Educación	1	Enseñanza de responsabilidad social.	Estudio cuantitativo.
Ingeniería	2	Comunicación en procesos de trabajo.	Estudio cuantitativo.
Informática	4	Comunicación en procesos de trabajo.	Estudio cuantitativo.
Administración	3	Comunicación en procesos de trabajo.	Estudio cuantitativo.
Psicología	1	Comunicación en crisis.	Estudio cualitativo.
Sociología	1	Comunicación del conocimiento.	Estudio cuantitativo.
Economía política	5	Gobierno e información pública. Comunicación interorganizacional.	Estudios cuantitativos.
Administración pública	1	Democracia organizacional	Estudio cuantitativo.

Fuente: Elaboración propia.

De los artículos encontrados en las revistas arbitradas, 12 correspondían al área académica y solamente 4 a la profesional; además, se localizaron 4 ensayos con autores de comunicación. Ello nos indica el ánimo de los académicos por abordar esta disciplina y su desarrollo, así como el amplio campo que aún existe en la materia.

La Tabla 2 muestra que en los artículos publicados se aborda la comunicación interna con el objetivo de eficientar el trabajo, apoyar a la organización y alcanzar los objetivos organizacionales; pero cuando se trata de la externa se destaca el análisis de la comunicación y la responsabilidad social de la empresa. Lo anterior indica una corriente positivista al presentar a la comunicación organizacional como un instrumento, como un saber que sirve para hacer cosas, para resolver problemas, para predecir eventos y para mejorar el desempeño de las instituciones y de las organizaciones. Además, se centran en la transmisión y recepción del mensaje a través del canal que liga al emisor con el receptor, considerado este último generalmente pasivo; es el caso de la comunicación externa, a la cual se ve como herramienta para llegar a la sociedad proyectando una imagen positiva través de la responsabilidad social y la comunicación. Es decir, la comunicación organizacional es abordada como gestión e instrumento administrativo al servicio del management, esencialmente administrable y subordinada al imaginario gerencial y sus intereses.

Tabla 2. Temas que abordan los artículos analizados.

Análisis del campo	Comunicación interna			Comunicación externa		
	Trato	Eficiencia de procesos	Cambio organizacional	Comunicación en crisis	Responsabilidad social	Comunicación social
4	2	4	1	1	2	2

Fuente: Elaboración propia.

Referente a las teorías a las que se apegan, aunque es su mayoría son de corte positivista, en algunos artículos hay matices del interaccionismo simbólico, abordando dinámicas de gestión, aspectos motivacionales, cambio en las organizaciones, más detalladamente en el área de comunicación interna; sin embargo, no dejan de tener un claro énfasis

en su funcionamiento. La gran ausente en estos resultados es la teoría crítica, la cual, como se demarcó en el apartado anterior, analiza las prácticas comunicativas y cómo pueden ser éstas distorsionadas a través del uso del lenguaje organizacional, además que desenmascara los intereses a los que sirve y demuestra toda forma de dominación y opresión dentro de la organización. Así, ninguno de los artículos encontrados señala la importancia del lenguaje en las prácticas comunicativas, se alejan del beneficio del empleado y la sociedad; además, no muestran las dominaciones y opresiones que se dan dentro de la organización, dejando de lado que uno de los principios de este subcampo es la búsqueda de la satisfacción del trabajador y la empresa.

Conclusión

El desarrollo histórico de la comunicación organizacional se ha dado a la par del avance de las Ciencias de la Comunicación y, por supuesto, de las disciplinas que más la abordan, como la ingeniería, la psicología y la administración; algo interesante es que la enfermería y la economía política se encuentren interesadas en su estudio, lo cual nos indica que este subcampo ha impactado a otros campos.

Sin embargo, aunque existen distintos paradigmas y estudios de diferentes posturas teóricas, el tratamiento que se le ha dado y reconocido por EBSCO HOST ha sido primordialmente positivista, dejando de lado las posturas crítica e interaccionista-simbólica, lo cual representa una limitante para su desarrollo. Otro obstáculo es la falta de rigor científico en los tratamientos, los cuales, en algunos casos, carecen de profundidad referente al tema que abordan para aportar a la disciplina.

Referente a los elementos de comunicación que identifican, continúa presente la figura de emisor-receptor a pesar del avance desarrollado en esta materia, lo cual corresponde a los primeros estudios de comunicación organizacional. Así mismo, no se encontró ningún trabajo interdisciplinario ni transdisciplinario, y sigue abordándose este subcampo desde perspectivas disciplinarias.

Poco se sabe conscientemente de la capacidad de la comunicación organizacional como mediadora y mediada, planificada y espontánea, que genera flujos de sentido. Aunque es verdad que se encontraron más limitantes que alcances, estos resultados debieran tornarse a favor de la comunicación organizacional; un camino para llegar a ello debe ser establecer acuerdos disciplinares respecto a su conceptualización, inicialmente desde las Ciencias de la Comunicación.

Referencias

- Alvarado, J. y Garrido, A. (2004). *Psicología Social. Perspectivas psicológicas y sociológicas*. México: McGraw Hill.
- Ávila, R. (2004). *Crítica de la comunicación organizacional*. México: UNAM-CONEICC.
- Bartoli, Annie. (1992). *Comunicación y Organización*, Barcelona. Ediciones Paidós
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (1978). *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrortu.
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao, España: Desclée de Brouwe, S.A.
- Danniels, T. D. y Spiker, B. K. (1991). *Perspectives on organizational communication* (2a. Ed.). Dubuque, Iowa: WM. C. Brwon Publishers.
- Fernández Collado, C. (1997). *La comunicación en las organizaciones*. México. Editorial Trillas.
- Fernández Collado, C. y Dahnke, G. (2000). *La comunicación humana. Ciencia Social*. México. Editorial McGraw Hill.
- Giddens, A. (2006). *La constitución dela sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Goldhaber, G. (1989). *Implementación de un diagnóstico de comunicación organizacional: La auditoría de comunicación* (4a. Ed.). México: Diana.
- Habermas, J. (1989a). *Teoría de la acción comunicativa*. EUA: Taurus.
- Habermas, J. (1990). *Pensamiento postmetafísico*. Madrid. Taurus Humanidades.
- Jablin, F. M. y Putnam, L. L. (Eds.). (2001). *The new handbook of organizational communication. An interdisciplinary perspective*. California: Sage.
- Kaplún, G. (2000). Comunicación organizacional: La importancia de los bordes y las ventajas de agacharse. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 20.
- Manucci, M. (2005). *Atrapados en el presente. La comunicación, una herramienta para construir el futuro corporativo*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
- Marcuse, H. (1968). *El hombre unidimensional*. México: Joaquín Mortiz.
- Martín Serrano, M. (2004). *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

- Nosnik, A. (1991). *Comunicación y gestión organizacional*. Colombia: Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia. Facultad de Comunicación Social.
- Nosnik, A. (2004). *Comunicación humana y social. Linealidad, dinamismo y productividad: Tres concepciones de la comunicación humana y social*. México. Universidad del Tepeyac.
- Rivadeneira. (1988). Seminario “Nuevas tecnologías y políticas de comunicación”. IPAL-UNESCO. Lima, Perú, enero 1989.
- Piñuel, J. L. (1999) *Formación universitaria y formación de profesionales en métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. España: Universidad Complutense de Madrid.
- Prieto, D. (2004). *Diagnóstico de comunicación. Mensajes, instituciones, comunidades*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
- Putnam, L. (1987). Paradigms for organizational communication research: An overview and synthesis. *Western Journal of Speech Communication*, 46, 192-206.
- Rogers, Evert, (1982) *La comunicación en las organizaciones*, McGraw Hill. USA

- Saladrigas, H. y Trelles, I. (2003). El corporate y la publicidad en Cuba: una experiencia singular. El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica. (125) Informe anual de la comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y América Latina.
- Searle, J(1979). La interpretación y los actos de habla ensayo de filosofía del lenguaje. Madrid: Cátedra
- Thompkins, P. K. y Wanca-Thibault, M. (2001). Organizational communication: prelude and prospects. En F.M. Jablin y L.L. Putnam (Eds.). *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research and methods* (pp. xvii-xxxi). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Varona, F. (1993). Un estudio comparativo de la satisfacción con la comunicación y la satisfacción con el trabajo en dos compañías guatemaltecas. *Cuadernos de Diálogos de la Comunicación*, 28. Recuperado de multimedia2.coev.com/Economistes/n326/n326_art3.pdf en agosto del 2006.