

Los estudios organizacionales y la comunicación, campos multidisciplinarios para el estudio de las organizaciones

>M.G.C. Gabriela Hidalgo Quinto

>Dra. Jannet Rodríguez Ruiz*

INTRODUCCIÓN

Los Estudios Organizacionales, como disciplina, permiten conocer y entender la forma en que las organizaciones establecen reglas y normas que rigen los comportamientos cotidianos. Las interacciones entre los miembros de las organizaciones son parte de la naturaleza humana, mismas que pueden ser modeladas a partir de lineamientos que norman la estructura de una organización para el logro de sus objetivos. Estas pueden presentarse a manera de comunicación formal o informal con la finalidad de mejorar las relaciones entre los miembros. Por tal motivo resulta necesario observar a las organizaciones a partir no solo de la disciplina de la Comunicación sino de igual forma de los Estudios Organizacionales para dar pauta a nuevos conocimientos relacionados con la comunicación organizacional. La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco fue la primera en ofertar la Licenciatura en Comunicación en el estado, dando respuesta en su momento a las necesidades

de profesionales. Los fenómenos como la globalización y los avances tecnológicos propiciaron que al interior del programa educativo se modificaran las asignaturas, dando origen al campo de Comunicación Organizacional como una oportunidad para el egresado de la licenciatura. Este texto refleja la reflexión en torno a la importancia de los estudios organizacionales como una disciplina que complementa a la comunicación para entender los fenómenos de interacción al interior de las mismas y la importancia del papel que tienen los profesionales de la comunicación dentro de las organizaciones.

COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN

La comunicación es un proceso inherente al ser humano, ya sea verbal o no verbal, siempre está presente en las interacciones que realizamos cotidianamente, de ahí la importancia de conocer de qué forma este proceso juega un papel

preponderante en la conformación de una organización, el comportamiento de sus públicos internos y la influencia que estos tienen en sus públicos externos.

Por otra parte toda organización está integrada por individuos con características comunes pero también diferentes, que se relacionan constantemente para cumplir con las funciones para la cual fue creada la organización, en este interactuar cotidiano se ven influenciados unos por otros. Desde el momento de nuestro nacimiento hasta que morimos, formamos parte de organizaciones, influimos y somos influidos por los individuos y grupos que las conforman.

Al ser parte de las organizaciones estamos en constante comunicación con los individuos que nos rodean, por lo que este proceso de interacción es de gran relevancia para nosotros. De acuerdo a Paoli (1990, p:15) "La comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado", mientras que la comunicación organizacional de

21
Cinzontle

* Doctoras en Estudios Organizacionales (UAM, unidad Itzapalapa) y docentes en la licenciatura en Comunicación DAEA UJAT.

acuerdo con Andrade (2012, p:12) representa el “Conjunto de técnicas y actividades que buscan influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización”

La combinación de las acepciones podría dar como resultado que la comunicación organizacional

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 el entorno, con el fin de facilitar el cumplimiento de sus objetivos y el fortalecimiento de su identidad y cultura. (Saladigas, 2003, p: 159-170)

Como se observan, las acepciones entre comunicación y organización, permiten encontrar el sentido de estudio de las organizaciones a través de los procesos comunicativos. Por tanto la comunicación en las organizaciones se presenta en forma integral, ya que los sujetos se relacionan entre sí de forma verbal o no verbal por lo que comparten significados, lo que hace necesario que la organización se apoye en una serie de técnicas y actividades que influyan en el comportamiento de sus públicos.

El conjunto de ambos conceptos permite que el profesional de la comunicación a partir de las variables que conforman los procesos comunicativos pueda analizar y diagnosticar en forma sistematizada, apoyándose de los estudios organizacionales para entender los fenómenos propiciados por la interacción de los individuos que conforman una organización.

En la figura 1 podemos apreciar como al interior de la organización se dan procesos de interacción que requieren de la comunicación, ya sea esta verbal o no verbal.

TEORÍAS PARA ABORDAR LOS ESTUDIOS ORGANIZACIONALES Y LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

Los individuos han pertenecido a grupos organizacionales formales e informales desde su origen, por lo que resulta casi imposible separar ambos ambientes en los que se desarrolla. Martínez de Velasco (2012, p: 16) nos dice que a partir del siglo XX, con las ideas de Frederick Taylor y Max Weber, la evolución de las teorías y las escuelas del comportamiento demuestran una gran vitalidad y un desarrollo notables, generando contribuciones importantes que se deben conocer para estudiar las ciencias sociales y valorar.

Los enfoques, corrientes y escuelas dentro del estudio de las organizaciones según Martínez de Velasco (2012, p: 19) puede resumirse en cuatro escuelas teóricas fundamentales: clásica, humanista, de sistemas y contingencias. En cada una de ella se observan diferentes características relacionadas con la comunicación.

La teoría clásica de la administración se centró en el estudio de la anatomía de la organización formal y su forma de abordarla se basó en el análisis de los problemas de la complejidad organizacional, constituyendo el primer esfuerzo de desarrollar una teoría formal de las organizaciones industriales modernas. El enfoque científico de la administración y las técnicas del estudio de tiempos y movimientos, la estandarización, la definición de metas, la evaluación, la retroalimentación del trabajo, los salarios, el liderazgo, la selección fueron algunas de las variables estudiadas para conocer el comportamiento en las organizaciones.

A diferencia de la anterior en donde el análisis de la organización era estudiada a partir de la estructura organizacional, las tareas y la autoridad, la teoría humanista basó sus estudios en las personas, es decir, en el comportamiento humano dentro de las organizaciones, considerando no solo técnicas formales sino los aspectos psicológicos y sociológicos del individuo.

La teoría de sistemas surge a partir de la insatisfacción de las prácticas administrativas hasta ese momento conocidas, dando paso al reconocimiento de fenómenos organizacionales de cómo estas se interrelacionan, entremezclan e interactúan, de modo que lo que ocurre en una parte de la organización, necesariamente afecta a todas las demás. Este enfoque fue el primero en reconocer el concepto de sistema abierto, es decir, de la interacción entre las instituciones humanas y el ambiente al cual se insertan.

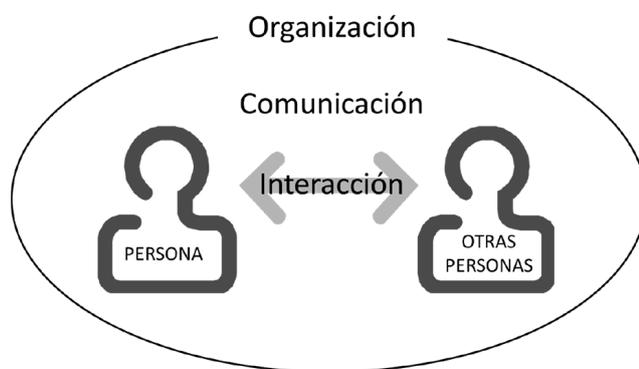


Figura 1. La comunicación como fenómeno de interacción organizacional. Fuente: Elaboración propia de los autores.

Finalmente, la teoría de contingencias considera la relación del contexto con la forma en que una organización se estructura y funciona. “Procura entender las relaciones que se presentan dentro de los subsistemas y entre ellos, así como

entre la organización y su entorno, trata de entender a la organización como operan bajo condiciones variables y en circunstancias específicas” Da Silva (2002, p: 365).

Martínez de Velasco (2012, p:18-46) hace una relación entre las teo-

rías administrativas y los procesos de comunicación que se generan a partir de las características de cada una de ellas, como lo podemos ver en la tabla 1.

Estudiar a las organizaciones no es trabajo fácil si tomamos en cuenta

TABLA 1
Teorías de la comunicación, exponentes y características principales

TEORÍA	PRINCIPALES EXPONENTES	CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN
CLÁSICA	Max Weber Frederick W. Taylor Henry Fayol	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación formal • Escrita • Vertical descendente • Muy regulada • Contenido básico de normas y procedimientos internos • Centralización en la toma de decisiones • Supervisión cercana y control • No toma en cuenta las necesidades de los empleados • Nivel organizacional
HUMANISTA	Elton Mayo Kurt Lewin Rensis Likert Douglas McGregor Chirs Argyris	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación formal e informal • Oral y escrita • Horizontal, vertical ascendente y descendente • Flexible • Contenido básico grupal e interno • Alta descentralización en la toma de decisiones • Flexibilidad interna sin tomar en cuenta elementos externos • Alta consideración de las necesidades de los empleado • Nivel individual, díadas y grupal
DE SISTEMAS	E. Trist Daniel Katz y Robert Kahn	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación formal e informal entre sistemas y subsistemas • Oral y escrita • Horizontal y vertical • Regulación variable • Contenido básico organizacional interno y externo • Descentralización variable en busca del equilibrio interno y externo • Importancia de la retroalimentación como elemento central de control • Se consideran las necesidades de los individuos, los subsistemas y los sistemas • Nivel individual, subsistemas y sistemas con énfasis en información de entrada y salida
CONTINGENCIAS	Joan Woodward Tom Burns y G. M. Stalker Paul Lawrence y Jay Lorsch	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación básica formal dentro de y entre sistemas y subsistemas • Oral y escrita • Horizontal y vertical interna y externa • Regulación variable según las demandas del entorno • Contenido básico organizacional y externo • Descentralización variable según las demandas del contexto • Comunicación como elemento integrador • Necesidades totales o parciales, según las demandas del contexto • Nivel organizacional o parcial, según las demandas del contexto

Fuente: Elaboración propia en base a Martínez de Velasco (2012).



Araña saltarina (Fam. Salticidae).

la cantidad de factores que inciden en ellas, humanos, tecnológicos, sociales, políticos, económicos, entre otros, además de los factores ambientales externo. Analizar los procesos que se llevan a cabo entre las personas representa un reto ya que no existe una forma específica de realizar los estudios.

La comprensión del papel y lugar de la comunicación en el estudio de las organizaciones puede observarse desde el enfoque sociológico que permite abordar los procesos comunicativos en las organizaciones a partir de las interacciones de sus miembros que inciden en los procesos de planeación, gestión, cultura, identidad y clima organizacional.

Para los estudios organizacionales es difícil delimitar, ya que se apoya

de otras disciplinas para interpretar como influye la comunicación en otros fenómenos como el poder, el conflicto, la toma de decisiones, los cambios tecnológicos que impactan en las organizaciones y los individuos que las conforman, por tanto la riqueza teórica que dota a la investigación es la forma multidisciplinar en que tanto como categorías o variables de análisis pueden ser estudiadas.

Estudiar estos fenómenos a partir de la interacción social permite determinar las formas de comportamiento y las relaciones sociales entre los individuos, grupos y organización en donde interactúan. Por su parte el interaccionismo simbólico analiza los procesos humanos de interacción a través de símbolos

para construir significados ya que el individuo adquiere información e ideas, que al ser compartidos construimos experiencias propias con relación a los otros. Entre los principales exponentes de este enfoque se encuentran: Durkheim, Weber, Simmel, Ritzer, y Mead, Schultz, Berger y Luckmann para el interaccionismo simbólico.

Para los campos organización y comunicación se realizan estudios relacionados con la interacción social y la interacción simbólica en fenómenos como la identidad, ya que al ser un fenómeno cambiante, no puede delimitarse a un solo aspecto sino que tiene que ser analizada desde diferentes perspectivas como la cultura, por ejemplo, que forma parte importante de la creación de la identidad del individuo.

Una de las virtudes de los estudios organizacionales para poder estudiar este fenómeno es la factibilidad de desarrollar nuevas formas de análisis, generalmente los investigadores del campo diseñan sus propias estrategias para estudios particulares, de ahí que existan estudios comparativos entre organizaciones, lo que permite generar investigaciones desde diferentes perspectivas.

Algunas investigaciones que han sido abordadas desde los estudios organizacionales y la interacción son, por ejemplo, aquellas que hacen referencia al cambio y el clima organizacional, en donde las interacciones entre la organización y sus públicos internos son afectados por los cambios económicos y políticos que atraviesa el país, e impactan en el modo de operar de las organizaciones.

Para el campo de la comunicación organizacional el estudio de la vinculación de los procesos y su interrelación para el logro de objetivos comunes en las organizaciones, las estrategias, estructuras y recursos, son elementos interconectados dentro de un sistema, es ahí en donde la comunicación adquiere gran relevancia como una herramienta insustituible en los procesos de

coordinación, integración y participación y toma de decisiones.

En el campo la publicidad y el marketing, por ejemplo, se han realizado investigaciones de comunicación que apoyan las ventas de bienes y servicios, y su impacto puede estudiarse a partir la interacción simbólica en los mensajes dirigidos al consumidor.

Otros enfoques teóricos para analizar los modos de organizar los procesos comunicativos en las organizaciones se pueden encontrar en las ideas de Abraham Nosnik (1991, p: 180) quien propone una teoría de los sistemas de comunicación, en la cual procura conservar los aspectos funcionales y estructurales de las explicaciones sistémicas.

Como se puede observar los estudios relacionados con las organizaciones y la comunicación tienen diferentes tendencias de estudios, que van desde la interacción hasta el análisis de la organización a partir de los sistemas mecánicos y orgánicos.

Algunas de las características de la investigación en la organización se centran en las disciplinas de la teoría administrativa, teoría de la organización, sociología de las organizaciones, análisis organizacional, estudios organizacionales y la comunicación, que parten desde la orientación instrumental a la analítica.

Los estudios organizacionales se apoyan principalmente en investigaciones de tipo cualitativo, que permiten al investigador el desarrollo de estrategias particulares para estudiar los fenómenos organizacionales que se dan en los diferentes tipos de organización, todo dependerá de las habilidades con las que cuenta el investigador y su capacidad de análisis e interpretación de la información obtenida.

Por otra parte, los estudios relacionados con la comunicación recurren generalmente a los enfoques cualitativos, cuantitativos o mixtos, dependiendo de las categorías y variables a analizar, el investigador

La comunicación es un proceso que nos permite entender, dentro de los estudios organizacionales, como se presenta la interacción entre los grupos que conforman una organización.

puede elegir la forma de conducir su investigación.

Las modalidades de estudios relacionados con los estudios organizacionales y la comunicación pueden ser básicas y/o aplicadas, dependiendo la situación a la que se dará respuesta en el ámbito organizacional, partir de enfoques descriptivos o exploratorios, con tendencias a los métodos de investigación heurística e investigación-acción, fenomenológicos y antropológicos de acuerdo a la situación que se presente.

El constructivismo, y la teoría apreciativa resultan novedosos en su aplicación en la investigación que relaciona las perspectivas organizacionales y de la comunicación, ya que permiten la construcción de la realidad como resultado de las interacciones entre los sujetos y, la apreciativa como una forma de investigar la realidad social, a partir de la colectividad.

El diagnóstico es otra forma de analizar a las organizaciones, a través de este se puede observar el fenómeno que ocurre desde una perspectiva societal, la cual evalúa las funciones y procesos organizacionales, y los resultados en los distintos subsistemas que se quieren conocer.

REFLEXIONES FINALES

La comunicación es un proceso que nos permite entender, dentro de los estudios organizacionales, como se presenta la interacción entre los

grupos que conforman una organización, sus relaciones formales e informales para identificar los significados que se comparten a través del lenguaje y los símbolos que forman parte de la misma.

Finalmente, lo que se trata de mostrar, es un campo multidisciplinario que el especialista en comunicación puede explorar en la investigación relacionada con las organizaciones desde otra visión, sin restarle importancia a los estudios de en medios masivos y sus efectos en el público consumidor, la publicidad o el análisis de contenido, por ejemplo.

Las diferentes teorías y métodos para investigar fenómenos bajo estas disciplinas pueden ser variados y su riqueza se encuentra en la interdisciplinariedad y multidisciplinariedad con la que pueden ser estudiados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade H. (2012). Definición y alcance de la comunicación organizacional. Fernández Collado, Carlos (compilador) La comunicación en las organizaciones. México: Editorial Trillas, 2012. p.11 - 17.
- Da Silva, R., (2002) Teorías de la administración, México: Editorial Thomson.
- Martínez de Velasco A. (2012). Escuelas del comportamiento organizacional Fernández Collado, Carlos (compilador) La comunicación en las organizaciones. México: Editorial Thomson, 2012. p. 18 - 46.
- Nosnik, Abraham. El desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico. México: Editorial Trillas, 1991. p.180
- Paoli, A. (1990). Comunicación e información, perspectivas teóricas. México: Editorial Trillas.
- Rodríguez M, D. (2005). Diagnóstico organizacional, México: Editorial Alfaomega.
- Rodríguez, I., (2015) <http://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/> consultado el 10 de junio de 2015
- Saladrigas, H. y Trelles, I. (2003) El corporate y la publicidad en Cuba: una experiencia singular. En Villafañe, J. *El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica. Informe Anual 2003: La gestión de intangibles empresariales.* p. 159-170. Madrid: Ediciones Pirámide.