

México, D.F. a 15 de junio de 2015.  
**04/15**

## DICTAMEN QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO

### ANTECEDENTES

- I. El Consejo Divisional en su sesión 11.14 celebrada el 10 de junio de 2014, mediante el acuerdo DCCD.CD.03.11.14, integró la Comisión de Investigación como sigue:
  - Jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación  
Dr. Gustavo Rojas Bravo
  - Jefe del Departamento de Teoría y Procesos del Diseño  
Mtro. Octavio Mercado González
  - Jefe del Departamento de Tecnologías de la Información  
Dr. Alfredo Piero Mateos Papis
  - Representante Titular del Personal Académico, Depto. de Ciencias de la Comunicación  
Mtro. Jorge Javier Eduardo Suárez Coellar
  - Representante Titular del Personal Académico, Depto. de Tecnologías de la Información  
Dr. Luis Eduardo Leyva Del Foyo
  - Representante Titular del Personal Académico, Depto. de Ciencias de la Comunicación  
Mtra. Lorena Guerrero Morán
- II. Mediante oficio recibido con fecha 9 de junio de 2015 por la Dirección de Ciencias de la Comunicación y Diseño, le fue turnado para su análisis y discusión el proyecto denominado **"Comunicación, cultura y poder en organizaciones de trabajo"** del **Mtro. Rafael Ávila González y Mtro. Alfredo Andrade García**, con el juicio académico del Dr. Gustavo Rojas Bravo, Jefe del Depto. de Ciencias de la Comunicación.
- III. La Comisión de Investigación sesionó el día 15 de junio de 2015, fecha en la que concluyó su trabajo de análisis y evaluación de la propuesta.
- IV. Se analizaron los siguientes elementos:

RELEVANCIA PARA LA DIVISIÓN  
CONGRUENCIA GLOBAL  
METAS-RECURSOS  
EVALUACIÓN GENERAL

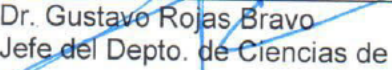
Con base en los antecedentes y consideraciones anteriores, la Comisión de Investigación emite el siguiente:

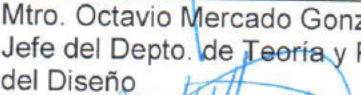
## DICTAMEN

ÚNICO: Se recomienda al Consejo Divisional de Ciencias de la Comunicación y Diseño, aprobar la propuesta de proyecto denominado "**Comunicación, cultura y poder en organizaciones de trabajo**" del **Mtro. Rafael Ávila González y Mtro. Alfredo Andrade García**. Recordando que la aprobación de los recursos necesarios para el desarrollo de su investigación dependerán de los criterios y disponibilidad de su departamento.

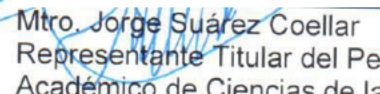
Atentamente,

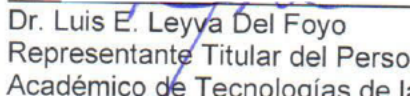
La Comisión: 

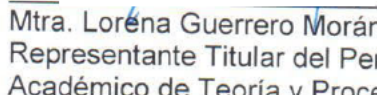
  
Dr. Gustavo Rojas Bravo  
Jefe del Depto. de Ciencias de la Comunicación

  
Mtro. Octavio Mercado González  
Jefe del Depto. de Teoría y Procesos  
del Diseño

  
Dr. Alfredo Piero Mateos Papis  
Jefe del Depto. de Tecnologías de la  
Información

  
Mtro. Jorge Suárez Coellar  
Representante Titular del Personal  
Académico de Ciencias de la  
Comunicación

  
Dr. Luis E. Leyva Del Foyo  
Representante Titular del Personal  
Académico de Tecnologías de la  
Información

  
Mtra. Lorena Guerrero Morán  
Representante Titular del Personal  
Académico de Teoría y Procesos  
del Diseño

DCCyD.DCC.094.15  
Junio 9, 2015

**MTRO. RAUL ROYDEEN GARCÍA AGUILAR**  
**SECRETARIO DE LA DIVISIÓN DE**  
**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y DISEÑO**  
**Presente**

**Asunto: Proyecto de investigación**

Por medio de la presente envío a Usted el proyecto de investigación que presentan los profesores Rafael Ávila González y Alfredo Andrade García, titulado "Comunicación, Cultura y Poder En Organizaciones de Trabajo".

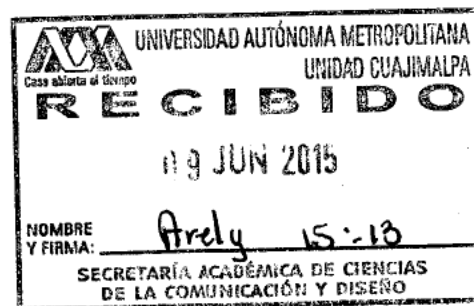
Esta versión recoge las observaciones que en su momento realizó la Comisión de Investigación y se presenta para retomar su procesamiento ante el Consejo Divisional.

Este proyecto forma parte de los proyectos del Grupo de Investigación de Comunicación Política Institucional, del Departamento de Ciencias de la Comunicación.

Esta versión, desde el punto de vista de la jefatura recoge adecuadamente las observaciones planteadas por la Comisión de Investigación.

Sin más por el momento, quedo de Usted

**ATENTAMENTE**  
**"CASA ABIERTA AL TIEMPO"**



**Dr. ~~Gustavo Rojas Bravo~~**  
Jefe del Departamento de  
Ciencias de la Comunicación

Ccp. Dr. Felipe Victoriano Serrano. Responsable del Grupo de Comunicación Política Institucional  
Mtro. Rafael Ávila González. Interesado  
Mtro. Alfredo Andrade García. Interesado

**Proyecto de investigación**  
**Comunicación en las Organizaciones**

**2015**

**1. Datos generales.**

**1.1 Título del proyecto.**

**“Comunicación, cultura y poder en organizaciones de trabajo”.**

**1.2 Resumen del proyecto.**

El presente proyecto de investigación propone aportar elementos de juicio que permitan, en el mediano plazo, avanzar en la justificación plausible de problemas, objetos y temas de interés para la comunicación organizacional. Por otro lado, llegar a construir propuestas de intervención que eventualmente conduzcan a generar organizaciones menos burocráticas y verticales, teniendo a la comunicación como el *locus* desde el cual pensar los fenómenos organizativos y no sólo a la inversa, como habitualmente se hace.

Por ello, explorar las nuevas formas organizativas en el contexto del capitalismo de flujos, o de signos y espacio como lo llaman Lash y Urri, resulta crucial si se quiere entender el mundo actual sin órdenes deductivos válidos de antemano.

A poco más de cinco décadas de la institucionalización de los primeros estudios de comunicación organizacional, una somera revisión de los mismos mostrará la preeminencia de planteamientos prescriptivos, que sólo reproducen saberes técnicos en este campo. Reconocemos que, si bien, en las últimas dos décadas han irrumpido nuevas perspectivas (interpretativas y críticas), la reflexión teórica es aún incipiente.

Por ello en esta investigación estamos optando por darle preeminencia a la perspectiva interpretativa de la comunicación en organizaciones, en virtud de un interés comprensivo que estimamos necesario; y de un interés postcrítico en la valoración y discernimiento de los procesos simbólicos de interacción en las

organizaciones, sin parar mientes en su carácter formal o su aparente racionalidad estrictamente técnica.

En la intersección de perspectiva e interés, aspiramos, como ha quedado dicho, a que el conocimiento producido pueda ser susceptible de aplicarse en procesos organizativos concretos y de distinta naturaleza, pero teniendo como base primordial la estructura simbólica de la vida social y la red constitutiva del espacio organizado.

### **1.3 Nombre y datos personales de los participantes.**

#### **1.3.1 Participantes internos al proyecto.**

##### **Rafael Ávila González.**

Licenciado y Maestro en Ciencias de la Comunicación por la UNAM, donde es candidato a Doctor en el área de Estudios Latinoamericanos. Ha publicado trabajos acerca de la comunicación en organizaciones formales. Es profesor investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UAM Cuajimalpa.

##### **José Alfredo Andrade García.**

Licenciado y Maestro en Ciencias de la Comunicación por la UNAM, donde es doctorante del programa de Estudios Latinoamericanos. Profesor universitario desde el 2002, con experiencia docente en universidades privadas y públicas; de estas últimas, actualmente, profesor de asignatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y profesor asociado en la UAM Cuajimalpa.

#### **1.3.2 Participantes externos al proyecto.**

No se contemplan en esta etapa.

## 2- Justificación.

La historia de la comunicación organizacional ha evidenciado la necesidad de desarrollarla teóricamente en al menos dos direcciones: a) la integración de miradas e interpretaciones acerca del objeto de estudio; b) la consolidación conceptual de los principales abordajes. En tales sentidos, es importante recordar que los primeros tratados de comunicación organizacional se remontan a inicios del siglo pasado en los Estados Unidos, época en que los estudios organizacionales debatían su derrotero entre vertientes sociológicas, políticas, económicas y administrativas.

El común denominador que identifica a esas vertientes es su postura empírico analítica, como lo ilustra el enfoque mecanicista o clásico, contextualizado en las primeras décadas del siglo XX<sup>1</sup>. Tales planteamientos teóricos limitaron la comprensión de los fenómenos comunicativos colocando el acento en los procesos informativos, mismos, que observados en el esquema organizacional siguen, principalmente, un flujo vertical y tienen por todo objeto reforzar la autoridad administrativa, generando un vínculo entre un emisor reconocido en la figura del jefe o supervisor, y un receptor identificado como subordinado o empleado operativo. Lo que Linda Putnam<sup>2</sup> ha llamado estudio de flujos, canales, clima y redes de comunicación (2006).

Autores como Relding y Tompkins han denominado “era de preparación” al primer conjunto de obras que abordaron el asunto de la comunicación en las organizaciones en los Estados Unidos (Taylor en Putnam, 2006). Ellos reconocen que en esa fase también identificada como “formulario prescriptivo<sup>3</sup>” (1900-1950), los planteamientos giraron en torno al desarrollo de habilidades comunicativas de los cuerpos gerenciales; consejos para una comunicación exitosa; elección de

---

<sup>1</sup> Son paradigmáticos los planteamientos de las teorías clásicas de la organización las ideas de Frederick Taylor, Henry Fayol y Max Weber, aunque este último no se puede identificar como un teórico positivista.

<sup>2</sup> History and theoretical perspectives. Pag. 50. En Linda Putnam and Kathleen J. Krone. Organizational Communication. Volume 1 History and Theoretical Perspectives. Sage. 2006.

<sup>3</sup> Redding define a esta etapa como “protorrelaciones humanas” y como tal se caracteriza por ser altamente paternalista y orientada a la gerencia, principalmente se preocupa en cómo se puede llegar a ser una persona agradable en el trabajo, un ejemplo de manual prescriptivo de este tipo es el publicado por Darle Carnegie “Cómo ganar amigos e influir en la gente” de 1936.

medios adecuados para determinadas audiencias; y la correcta elaboración y estructura de los mensajes que los supervisores utilizaban para la transmisión de órdenes de trabajo a los empleados.

De este periodo es representativo el trabajo de Roethlisberger publicado en la Harvard Business Review en 1945 titulado "*The Foreman: Master and Victim of Double Talk*" en el cual proponía la premisa de la buena relación entre los gerentes y el personal operativo, al decir:

"The "new" administrator will have to understand better the problem of communication – and not only the aspect of communication which by persuasion attempts to sell one's own point of view, but that which tries to understand and has respect for another's point of view... as the first step in obtaining that person's cooperation" (Roethlisberger en Redding; 2006).

De acuerdo a Taylor, a la etapa fundacional siguió otra denominada "identificación y consolidación" (1940-1970), en ella se observó la emergencia de los conceptos; "comunicación de negocios" y "comunicación industrial". Esta fase, también conocida como "empírica prescriptiva", se caracterizó por el desarrollo de grandes estudios en industrias que fueron realizados a la luz de metodologías cuantitativas con un enfoque hipotético deductivo<sup>4</sup>. Fue en ese contexto que la comunicación organizacional se institucionaliza<sup>5</sup> a través de la creación de asociaciones de estudiosos y por el auspicio universitario para la investigación.

En la década de los ochenta el estudio de la comunicación organizacional se diversifica pasando de centrar su atención en la gestión de los flujos informativos,

---

<sup>4</sup> En 1945 H.A. Simon en su tratado *Administrative Behavior*, desarrolla el concepto de comunicación en la organización, de este le preocupan dos dimensiones, una primera dimensión del mensaje legible y una segunda dimensión persuasiva. Con ello propicia la investigación en comunicación en un plano retórico.

<sup>5</sup> En 1935 existía la *American Business Writing Association*, conformada por miembros de las principales universidades y que se ocupaban de mejorar los métodos de la comunicación empresarial y, por lo tanto, de aumentar las posibilidades de éxito de los negocios. (R. Auner y M. p. Wolf, *Effective Communication in Business*, South Western Publishing. USA. 1967.) En 1942 Alexander R. Heron publica *Sharing Information with Employees*, bajo el sello editorial de la Universidad de Stanford.



redes y clima organizacional, a la comprensión de las culturas organizacionales, el simbolismo, el poder, el conflicto, entre otras temáticas.

Entre 1980 y 1991 Allen, Gotcher y Seibert identificaron 19 áreas de investigación en comunicación organizacional, en un orden descendente de mayor a menor frecuencia, aparecen: Relaciones interpersonales (incluyendo las relaciones superior - subordinado, entrevista, estrés, conflicto, y género y raza); habilidades y estrategias de comunicación; cultura y simbolismo; flujos de información y canales; poder e influencia; resultados positivos de comunicación; toma de decisiones y resolución de problemas; redes de comunicación; conocimiento, comunicación y estilos de administración; interfaces de comunicación-organización-entorno; tecnología; lenguaje y contenidos en los mensajes; estructura; incertidumbre e información ideal; grupos y eficiencia organizacional; ética; investigación transcultural; clima; y avances teóricos (Taylor en Putnam, 2006)). Dato al que podríamos agregar en un contexto actual, la comunicación organizacional y los entornos digitales, identidades fragmentadas, resistencias e indeterminación, hiperrealidad, entre otros (Deetz en Jablin, 2001).

A grandes rasgos, este es el bosquejo de los estudios de comunicación organizacional, en ellos se reconoce un predominio intelectual en el que la comprensión de la organización se asimila a un espacio económico de producción, en el que la comunicación sólo cumple un rol instrumental paralelo al logro de los objetivos de las organizaciones. De allí la necesidad de prescribir una serie de medidas para que los supervisores y gerentes se “comuniquen mejor” frente a los empleados, a ellos se recomienda el desarrollo de habilidades comunicativas, tanto orales como escritas. Asimismo, los flujos de comunicación se observan sólo apegados a la estructura organizacional de la empresa (organigrama) y fuera de ello la comunicación solo tiene un valor secundario (flujos informales).

La comunicación organizacional de esta manera entendida subordina sus objetivos a los de la administración; a la asignación de recursos, a la optimización de procesos productivos, en suma, a la comunicación como herramienta o recurso para el mantenimiento o cambio organizacional (enfoque funcionalista).



Como alternativa al predominio intelectual funcionalista, en la década de los ochenta del siglo pasado se produjeron algunos cambios en los ámbitos académicos con relación a la comunicación organizacional tanto en Estados Unidos como en Inglaterra. Linda Putnam señala que se desafió la ausencia de marcos teóricos y por consiguiente se cuestionó la naturaleza de la realidad organizacional presentada en la investigación tradicional, se criticó el abordaje de la comunicación organizacional como variable y como transmisión lineal de información, se abrió el estudio al sentido y la actividad simbólica que constituye a las organizaciones, se desarrollaron análisis del significado de los eventos organizacionales, los símbolos y la cultura organizacional. A este enfoque se le denominó interpretativo o cultural (2002).

Cabe señalar que en paralelo a los abordajes interpretativos se desarrollaron los críticos<sup>6</sup> en los que se destacó como objeto de estudio, el poder, el control y la distorsión de la comunicación, por ejemplo, se llevaron a cabo estudios sobre voces silenciadas en la organización<sup>7</sup>; el ejercicio del poder y control a través de las distorsiones de la comunicación, entre muchos otros<sup>8</sup>.

Si bien es cierto, que los estudios de comunicación organizacional se abrieron a temas y abordajes interpretativos en la década de los ochenta, como lo expresa Linda Putnam. El origen de esa apertura se encuentra, entre otras<sup>9</sup>, en el giro lingüístico de las humanidades<sup>10</sup> y ciencias sociales vivido con mayor empuje en la década de los setenta. Este movimiento que permeó a toda la ciencia social

---

<sup>6</sup> Matts Alvesson, Steward Clegg y Dennis Mumby, son algunos de los teóricos más destacados en esta vertiente.

<sup>7</sup> Vease Linda Putnam. Comunicación empresarial.

<sup>8</sup> Las voces silenciadas, las técnicas racionales de dominación burocrática, la relación entre sexualidad y poder son entre otros los temas de estudio más relevantes en este enfoque (Eisenberg en Jablin, 2001).

<sup>9</sup> Habría que tener presente que la crisis de los energéticos de los años setenta modificó en gran medida las formas de producción en serie y saturación de mercancías en el mercado lo que necesariamente impactó a las organizaciones en sus modelos estructurales. Surgió así lo que algunos teóricos han llamado formas posmodernas de organización. (May, Steve. Mumby, Dennis. (2005) Engaging Organizational Communication Theory and Research. Multiple Perspectives. Sage. USA.)

<sup>10</sup> Algunos autores dejan de lado el escenario de la literatura, sin embargo, Barbara Czarniawska retoma algunas ideas del giro literario, así entiende que el modo narrativo de conocimiento consiste en organizar unas experiencias alrededor de la intencionalidad de la acción humana. El argumento es el medio básico por el cual eventos específicos son representados de otra manera como listas o crónicas, y son puestos en un todo significativo. Barbara Czarniawska. Writing Management. Oxford. 1999.

plantea la idea de que el lenguaje es el eje constitutivo de la realidad, por consecuencia el discurso adquiere un valor indiscutible, pues posibilita la dilucidación de dicha construcción.

Es a partir de esa idea que la premisa del paradigma interpretativo de la comunicación organizacional cuestiona la existencia de la organización en su dimensión material, replanteándola a un nivel conceptual.

En el horizonte de los estudios de comunicación organizacional aparece una variedad de conceptos que enriquecieron el desarrollo de la misma, tales como sentido, significado, cambio, etc. En contraste a los que habían dominado la primera mitad del siglo tales como información, medio, herramienta y estructura, principalmente.

El viraje propuesto por el giro lingüístico pareciera menor, sin embargo, en el caso de la comunicación organizacional con enfoque interpretativo cambió el centro de gravitación. La realidad material de la empresa, como se había pensado desde la visión funcionalista y de la cual se proponía la gestión de la comunicación en términos instrumentales, resultaba insuficiente para ofrecer respuestas a las nuevas realidades que enfrentaban las organizaciones<sup>11</sup>. La comunicación pasó de ser un objeto-herramienta, a una realidad construida socialmente a partir de procesos que tienen atadura en la convención social. Así, la comunicación adquiere un alto grado de complejidad pues de ser instrumento de gestión, demanda una comprensión particular de los sujetos que participan de ella y de sus horizontes de significados en contextos definidos.

---

<sup>11</sup> La conjugación de distintas variables coincidieron en la reorientaron de la mirada a la cultura organizacional. Entre otras, las de carácter económico se pueden identificar como de primer orden, así lo han reconocido Barba y Solis (1977); quienes plantean que la crisis de la industria norteamericana frente a la japonesa en la década de los 80 obligó a los investigadores de las organizaciones a dirigir su atención al lejano oriente y reconocer las características de la cultura de ese país asiático y explicar cómo ésta incidía en la particular de las organizaciones. El hecho de que la industria asiática reportara un considerable repunte en la economía mundial<sup>11</sup> no era cosa menor pues trastocaba la economía de los Estados Unidos.

En términos ontológicos, desde esta perspectiva, la organización se concibe como una construcción social que depende de la emergencia de esquemas compartidos que se expresan en el lenguaje y otras construcciones simbólicas desarrolladas a través de la interacción social. Tales esquemas proveen las bases para un sistema de significados compartidos que permiten las actividades día a día llegando a la rutina o a darse por sentado (Smircich en Parker, 2000: 69).

De esta manera las investigaciones interpretativas desplazan el foco de atención de las actividades económicas y su correlato, procesos informativos, a un énfasis en la dimensión social de la organización y sus procesos de significación.

Esto último es de destacar, pues el punto más recurrente para comprender la condición de vida social surge de los significados compartidos de los sujetos, de allí que la meta expresa de los estudios de comunicación organizacional con enfoque interpretativo sea mostrar cómo las realidades particulares llegan a ser socialmente producidas y mantenidas a través de prácticas ordinarias, historias, bromas, consejos, ritos, rituales y otras actividades diarias (Deetz, 2000). Para ello la atención analítica se dirige al simbolismo de tales formas narrativas y las funciones sociales que cumplen tales prácticas en la organización.

En todo caso, en un plano comunicativo la construcción de sentido es fundamental para la organización, pues en él se encuentra la esencia de la organización, pudiendo ser abordada, la comunicación, desde dos dimensiones: las acciones sociales y el discurso.

Desde el plano de las acciones se avanza en el conocimiento de cómo suceden las interacciones con los objetos y con los otros con los cuales se construye el conocimiento del sentido común y tratando de dilucidar cómo se negocia intersubjetivamente los significados de ese mundo cultural<sup>12</sup>. De este modo,

---

<sup>12</sup> "El movimiento interpretativo en los estudios de comunicación coincidió con otro desarrollo en un campo aliado (antropología), la preocupación creciente de etnógrafos con su propia sociedad. El resultado ha sido la emergencia de una nueva clase de estudio de comunicación, uno de los cuales realiza Geertz y ha llamado

consideramos que el aparato teórico de este dominio de conocimiento se verá favorecido por una mayor pertinencia y profundidad analítica.

### **3. Planteamiento general.**

En el capitalismo de flujos, o *de signos y espacio* como le llaman Lash y Urry, las organizaciones formales se encuentran en el centro de la cuestión acerca de las modalidades que asumen las nuevas formas de coordinación económica.<sup>13</sup> Esta característica de suyo importante se ve trascendida hacia el plano social, instaurando nuevas formas de control y desatando fuerzas desidentitarias entre lo que antaño fue conocido como el *homo* organizacional, para usar una fórmula tan breve cuanto explícita.

Explorar estas nuevas modalidades organizativas resulta crucial si se quiere comprender el mundo actual sin órdenes deductivos válidos de antemano. De hecho creemos que en estos discursos acerca de la nueva economía y del lugar que en ella ocupan los productos y servicios intangibles, conceptos y procesos como la información, la comunicación y la cultura organizacional, puestos a trabajar en ese marco conceptual, pueden iluminar vastas áreas de la experiencia humana en estos espacios de acción formalmente restringida a los que solemos llamar “organizaciones”.

Al referirnos a este término, seguramente se producen ciertas imágenes que aún conservan atributos tales como estabilidad operativa, localización en un espacio determinado, carácter formal de sus políticas y procedimientos, y regularidad de sus actividades. Pero en ese sentido, y en este imaginario, la comunicación es acción disruptiva, o por lo menos centrífuga, al hecho organizado: debido a que su

---

descripción densa. Los investigadores emplean las metodologías que se conducen en un alto detalle de observación de gente en contextos organizacionales. Taylor et al. En Putnam. *Organizational Communication. History and Theoretical Perspectives*. Sage. 2006.

<sup>13</sup> Cf. Lash, S. y J. Urry, *Economías de signos y espacio*, Amorrortu, Argentina, 2003.

matriz de acción es el sentido, su carácter emergente elude constantemente las determinaciones técnicas en favor de la sociabilidad concreta, forzando así la flexibilidad de la organización y la indeterminación de los procesos instituyentes. En tales términos, digamos, la comunicación se experimenta en calidad de catástrofe, de flujo cuya orientación sólo puede ser circunscrita de modo discursivo (es decir, determinada externamente).

Suponemos que la razón técnica ha fundamentado históricamente la manera como se ha llevado a cabo tal operación (la de su modo de aparición en el discurso de la gestión).<sup>14</sup> Pero en esa intersección entre la organización y su sentido es que se suceden los fenómenos de la comunicación y, a la inversa, la organización puede hacerse extensiva en la intersubjetividad del colectivo que le provee de vida social: la cultura y sus modos de reproducción:

La comunicación se caracteriza por ser horizonte de entendimiento para aquellos que se salen al encuentro en "un mundo" fenoméricamente determinado; es decir, existente como horizonte de objetos, usos y experiencias comunicativas cuyo sentido descansa sobre ese "suelo" pre-dado y al que actualizan, culturalmente hablando, en su validez como mundo a priori a través de sus interacciones. Si tal cosa es cierta, los eventos comunicativos (objetivados culturalmente, pero siempre y de todos modos subjetivamente comprendidos) han de poder presentarse en su operación como objetos de experiencia, "como correlato de la subjetividad que le da su sentido de ser, a partir de cuyo valer el mundo absolutamente 'es'".<sup>15</sup>

De modo que también en estos escenarios la comunicación (o mejor, lo que se comunica) sólo puede ser inteligible de cara al horizonte de sentido que condiciona todas las interacciones humanas, remanente de saber sedimentado en el mundo social y normativo. Con esta idea en mente, queremos estudiar a la comunicación en organizaciones formales de acuerdo con dos determinaciones

---

<sup>14</sup> Cf. Boltanski, E. y E. Chiapello, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Akal, Madrid, 2002. Véase también a Clarke, Th. y S. Clegg, *Changing paradigms: the transformation of management knowledge for the 21st century*, Harper Collins, Londres, 2000.

<sup>15</sup> Ávila, R. y P. Schiaffini, "Dimensiones culturales del sentido en la investigación de la comunicación organizacional", en Castellanos, V. et al., (coord.), *La producción del conocimiento en las Ciencias de la Comunicación y su incidencia social*, UAdeC / AMIC, México, 2013, p. 174.

básicas: considerándola como objeto de gestión racional endo, exo e interorganizacional, lo que demanda atender sus principios reguladores de naturaleza funcional; y considerándola como universo de prácticas simbólicas, con su propio dominio fenoménico y sus modos específicos de realización. Nos parece que estas decisiones permiten complementar las orientaciones técnicas y el interés profesional con el dominio estrictamente disciplinar de los fenómenos comunicativos en estos espacios de trabajo.

En el fondo esta apertura permite hacer sentido de los problemas de conocimiento ligados tanto al recorte epistémico de la comunicación organizacional como al espectro temático que aquí proponemos y que consideramos relevantes en los niveles institucional, epistemológico y social.

En todos ellos, las definiciones de la realidad “sólo puede resultar de cortes temporales y de cesuras teóricas operando en espacios del saber instituidos por determinados circuitos de poder”.<sup>16</sup> Para nuestro caso, un poder que se expresa como relación de negociación respecto a zonas de incertidumbre situadas en el orden de las operaciones, y cuya multiplicación define más de un distanciamiento y un debate acerca de lo que deba llamarse realidad organizacional, con sus núcleos de control, relaciones de inclusión-exclusión, y apropiación simbólica de normas y principios de validez entre los participantes de la misma.

#### **4. Objetivos de la investigación.**

Tradicionalmente los procesos comunicativos y culturales se han entendido, en la lógica disciplinar hegemónica, como insumos objetivables y pasibles de gestión racional. Las ciencias de la gestión han visto en ellos una nueva solución a los antiguos problemas de la eficiencia productiva y la solidaridad identitaria. La importancia que estos procesos han ganado en el terreno del pensamiento

---

<sup>16</sup> *Ibid*, p. 182.

administrativo no es, sin embargo, evaluado de forma unánime.<sup>17</sup> Con esta investigación aspiramos a un doble propósito:

a) por un lado, aportar elementos de juicio que permitan, en el mediano plazo, avanzar en la justificación plausible de problemas, objetos y temas de interés para la disciplina;

b) por otro lado, llegar a construir propuestas de intervención que eventualmente conduzcan a generar organizaciones menos burocráticas y verticales, teniendo a la comunicación como el *locus* desde el cual pensar los fenómenos organizativos, y no sólo a la inversa, como habitualmente se hace.

Los problemas de conocimiento son, por supuesto, concomitantes a estos objetivos, mismos que nos permiten abordar el análisis de problemas de diversa índole: procesos de gestión cultural, mecanismos de representación en las organizaciones, narrativas institucionales, emotividad en espacios formalmente regulados, significación espacial en las organizaciones, mecanismos y expresiones simbólicas del poder en organizaciones formales, y cambio estructural en el régimen regulador del trabajo.

## **5. Preguntas de investigación.**

A la luz de estas ideas, las preguntas de investigación deben ser consistentes con los intereses epistémicos que las tradiciones reconocibles permiten discriminar. Estamos optando por darle preeminencia a la perspectiva interpretativa de la comunicación en organizaciones, en virtud de un interés comprensivo que estimamos necesario; y de un interés postcrítico en la valoración y discernimiento de los procesos simbólicos de interacción en las organizaciones, sin parar mientes en su carácter formal o su aparente racionalidad estrictamente técnica.

En la intersección de perspectiva e interés, aspiramos, como ha quedado dicho, a que el conocimiento producido pueda ser susceptible de aplicarse en procesos

---

<sup>17</sup> Cf. Adams, G. y V. Hill Ingersoll, "Painting over old Works: the cultura of organization in an age of Technical Rationality", en Turner, B. (edit.) *Organizational Symbolism*, Walter de Gruyter, N.Y., 1998. Véase también, *Organización y Cultura: controversia, complejidad y realidad*. Iztapalapa, No. 55, julio-diciembre de 2003, UAM-I, México.



organizativos concretos y de distinta naturaleza, pero teniendo como base primordial la estructura simbólica de la vida social y la red constitutiva del espacio organizado. Así pues, decantamos las preguntas primordiales que orientan esta investigación:

¿Qué implicaciones tiene el problema del sentido en la constitución y operación de la comunicación y la cultura en las organizaciones de trabajo? ¿Una vez constituidas, cómo se da la apropiación de los órdenes simbólicos entre los actores, mediante cuáles procesos, con qué tecnologías y de acuerdo con cuáles fines? ¿De acuerdo con cuáles pautas se estructura la experiencia de los agentes para producir la realidad organizacional? ¿Cómo se constituye la organización a partir de la interacción comunicativa? ¿Cómo inciden las estructuras normativas de las organizaciones formales sobre las representaciones de la realidad organizacional a nivel individual y colectivo? ¿Qué papel desempeña el poder simbólico en esas representaciones y esas estructuras? Y finalmente: ¿qué desafíos le imponen a todas estas dimensiones las transformaciones en curso de los regímenes laborales en occidente?

Como señaló Heidegger, una pregunta abre caminos de pensamiento y su principal contribución es, desde luego, heurística. Esperamos que las enunciadas aquí lo hagan también.

### **Universo empírico y óptica transdisciplinar.**

En su célebre estudio sobre la teoría del campo en la ciencia social, Kurt Lewin impulsó la integración entre la investigación teórica y aplicada con la conocida fórmula de que “no hay nada tan práctico como una buena teoría” (Lewin: 1978, p. 161). A su parecer, que también es el nuestro, las habilidades teóricas son indispensables para determinar el objeto de estudio y reconocer los problemas de investigación concurrentes, abriendo así vías más confiables para la investigación aplicada. Confiabilidad es, entonces, la primera aspiración de cualquier proyecto. Y en este propósito es menester, como bien se sabe, echar mano de todos los instrumentos que las distintas disciplinas pongan a nuestra disposición, con dos condiciones básicas: ser cuidadosos de no incurrir en construcciones

metodológicas del orden del perro-gato (indeterminadas e inoperantes), y vigilar la pertinencia, coherencia y consistencia de las aportaciones teóricas que se recojan para este fin. Es decir, más que tender a un respaldo interdisciplinario, la propuesta es asumir el carácter transdisciplinar del dominio comunicación organizacional, abriéndolo a los distintos abordajes posibles.

Adicionalmente, debemos decir que el universo empírico al cual alude esta investigación se encuentra configurado por 3 724 019 de unidades económicas del Sector privado y paraestatal, distribuidas a lo largo y ancho de nuestro país. Este grupo de unidades económicas comprende a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas<sup>18</sup>. (INEGI; 2009, p.7) En las cuales laboraron 20 116 834 personas. De estos totales, el 98.4% de las unidades económicas y el 90.2% del personal ocupado corresponden, en conjunto, a la industria manufacturera, al comercio y a los servicios.

## **6. Salidas.**

Las salidas del trabajo comprendido en este Proyecto de investigación se prevén de dos clases:

i) Seminario: participación en el Seminario del Grupo de investigación en Comunicación política y en organizaciones. En él se presentarán los productos que se generen y se mantendrá una discusión abierta sobre temas relevantes entre las distintas Líneas de generación y aplicación de conocimientos.

ii) Productos.

- Congresos. Participación en dos congresos, uno nacional y otro internacional, con un total de cuatro ponencias.

---

<sup>18</sup> Se reconoce como Microindustria. Las empresas que ocupan de 1 a 9 personas y el valor de sus ventas netas fuera menor a 2 millones de euros al año. Industria Pequeña. Las empresas que ocupan de 10 a 49 personas y sus ventas netas no rebasaran la cantidad de 10 millones de euros al año. Industria Mediana. Las empresas que ocupan hasta 50 a 249 personas y el valor de sus ventas no rebasara la cantidad de 50 millones de euros al año. Industria Grande. Las empresas que ocupan más de 250 personal y el valor de sus ventas sea mayor de 50 millones de euros al año. (INEGI; 2009, Pag. 14)

- Publicaciones. Publicación de las mismas con ISBN. Postulación de un artículo conjunto en la revista inglesa *Organization Studies*, 2015. Publicación de un artículo en revista indexada.

## 7. Recursos.

Contemplamos que los fondos sean proporcionados por el Departamento de Ciencias de la Comunicación.

## 8. Cronograma.

### Trimestres 15/ Primavera, 15/ Otoño.

| Actividad   | Trimestre    |
|---|--------------|
| <i>Presentación de ponencia en el Encuentro de AMIC</i><br><i>Conferencia Magistral en la Universidad Autónoma de Aguascalientes.</i><br><i>Participación en el Coloquio Comunicación, Estado y Procesos Institucionales en America Latina: Hipótesis y Definiciones.</i> | 15/Primavera |
| <i>Participación en el XIII Congreso Internacional en Análisis Organizacional.</i><br><i>Actualización e investigación sobre las temáticas de las líneas.</i><br><i>Postulación de artículo conjunto en la revista inglesa <i>Organizational Studies</i>.</i>             | 15/Otoño     |

## 9. Bibliografía.

- Adams, G. y Hill, V. (1998). "Painting over old Works: the culture of organization in an age of Technical Rationality". En Turner, B. (edit.) *Organizational Symbolism*, Walter de Gruyter: N.Y., pp. 15-31.
- Ávila, R. y Schiaffini, P. (2013). "Dimensiones culturales del sentido en la investigación de la comunicación organizacional". En Castellanos, V. et al., (coord.). *La producción del conocimiento en las Ciencias de la Comunicación y su incidencia social*. UAdeC/AMIC: México, pp. 171-198.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal: Madrid.
- Czarniawska, B. (1999). *Writing Management*. Oxford. Great Britain.
- Clarke, Th. y Clegg, S. (2000). *Changing paradigms: the transformation of management knowledge for the 21st century*. Harper Collins: Londres.
- Clegg, S. et al. (2006). *The Sage handbook of organizational studies*. Sage: Londres.
- Deetz, S. (2000). *Leading Organizations Through Transition. Communication and Cultural Change*. Sage Publications. USA.
- Dejours, Ch. (2013a). *Trabajo vivo. Tomo II. Trabajo y emancipación*. Topía: Buenos Aires.
- (2013b). *La banalización de la injusticia social*. Topía: Buenos Aires.
- Díaz, X. et al. (2006). *Trabajo, identidad y vínculo social: reflexiones y experiencias en el capitalismo flexible*. Universidad Diego Portales: Chile.
- Grupo Xabide (2006). *La comunicación en la gestión cultural*. Grupo Xabide: España.
- Ibarra, E. (2000). "Teoría de la organización: mapa conceptual de un territorio en disputa". En Enrique de la Garza (coord.). *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*. Colmex (coedit.): México, pp. 245-284.
- INEGI (2009). Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos. Censo económico 2009.
- Jablin, F. y Putnam, L. (2005). *New handbook of organizational communication*. 2 vol. Sage: Londres.
- Lash, S. y Urry, J. (2003). *Economías de signos y espacio*. Amorrortu: Argentina.
- Lewin, K. (1978). *La teoría del campo en la ciencia social*. Paidós: Argentina.
- May, S. Mumby, Dennis. (2005). *Engaging Organizational Communication Theory and Research. Multiple Perspectives*. Sage Publications. USA.
- Parker, M. (2000). *Organizational Culture and Identity. Unit and Division at Work*. Sage Publications. USA.

- Pintado, T. y Sánchez J. (2012). *Nuevas tendencias en comunicación*. ESIC: España.
- Putnam, L. (2002). *Comunicación empresarial*. Gestión 2000. Barcelona.
- Putnam, L. y Krone, K. (2006). *Organizational Communication. Volume 1 History and Theoretical Perspectives*. Sage Publications. London.
- Schvarstein, L. y Leopold L. (2005). *Trabajo y subjetividad: entre lo existente y lo necesario*. Paidós: Argentina.
- Sennett, R. (2005). *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Anagrama: Barcelona.
- (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Anagrama: Barcelona.
- UAM Iztapalapa (2003). *Organización y Cultura: controversia, complejidad y realidad*. Iztapalapa, No. 55, julio-diciembre de 2003, UAM-I, México.

México, D. F., a 30 de octubre de 2014.

**DR. GUSTAVO ROJAS BRAVO**  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**DCCD**  
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**  
**UNIDAD CUAJIMALPA**

**Asunto: carta compromiso**

Estimado doctor Gustavo Rojas, le informo de mi participación en el Proyecto de investigación denominado **“Comunicación, cultura y poder simbólico en las organizaciones de trabajo”**, en el que también participa el maestro Rafael Ávila González.

De contar con su visto bueno, y en caso de ser aprobado por el Consejo Divisional de Ciencias de la Comunicación y Diseño, proponemos reconocerle una vigencia de un año, correspondiente a 2015.

Para lograr los objetivos del Proyecto, me comprometo a dedicarle 20 horas semana/mes a la investigación del mismo.

Sin otro particular, quedo en espera de las observaciones del caso, en tanto reciba cordiales saludos.

**A t e n t a m e n t e**

---

Mtro. José Alfredo Andrade García

México, D. F., a 30 de octubre de 2014.

**DR. GUSTAVO ROJAS BRAVO,  
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
DCCD, UAM CUAJIMALPA.**

Acompaño la presente carta con el Proyecto de investigación denominado **“Comunicación, cultura y poder simbólico en las organizaciones de trabajo”**, mismo que planteamos desarrollar el Mtro. Alfredo Andrade y el firmante.

De contar con su visto bueno, y en caso de ser aprobado por el Consejo Divisional de Ciencias de la Comunicación y Diseño, proponemos reconocerle una vigencia de un año, correspondiente a 2015.

Para lograr los objetivos del Proyecto, me comprometo a dedicarle 10 horas semana/mes a la investigación propia del mismo, en virtud de que estaré dedicando un tiempo equivalente al desarrollo del Proyecto de investigación **“Modelo computacional para el estudio de la generación colaborativa de narrativas textuales y visuales”**. En este último participamos los miembros del cuerpo académico en Creatividad computacional de la DCCD y es un proyecto que actualmente goza de financiamiento Conacyt.

Sin otro particular, quedo en espera de las observaciones del caso y reciba la seguridad de mi mayor estima.

Atentamente

---

Mtro. Rafael Ávila González