

Las investigaciones en comunicación de las organizaciones: orígenes y fundamentos

The research on communication of organizations: origins and bases

As pesquisas em comunicação das organizações: origens e fundamentos

Arlette Bouzon

- Doctora por la Universidad Celsa-Paris IV - Sorbonne
- Profesora de la Universidad de Toulouse III (Francia), en el Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (Lerass)
- Coordinadora del Curso¹ de Comunicación Organizacional de la Universidad de Toulouse III
- Coordinadora de la sección temática Comunicación y Estrategia, de la European Communication Research and Education Association (Ecrea)
- arlette.bouzon@iut-tlse3.fr

¹ Texto traducido del original francés por Jesus Bermejo, profesor de Comunicación de la Universidad de Madrid.

Resumen

La comunicación en y de las organizaciones es algo reciente. Los trabajos en torno a este tema, de origen anglosajón, fueron recientemente enriquecidos por las investigaciones francesas. Un tal objeto ha recibido la influencia de disciplinas varias y sus corrientes de pensamiento se caracterizan por las contribuciones de dos grandes escuelas, la escuela funcionalista y la escuela interpretativista.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN • ORGANIZACIÓN • GESTIÓN DE LA INTELIGENCIA COLECTIVA • FUNCIONALISMO • INTERPRETATIVISMO

Abstract

Communication in and by organizations is something very recent. The works on this theme, which is of Anglo-Saxon origin, were enhanced by the French research efforts. This object received the influence of various disciplines and its lines of thought are characterized by the contributions of two major schools – the functionalist school and the interpretative school.

KEYWORDS: COMMUNICATION • ORGANIZATION • COLLECTIVE INTELLIGENCE MANAGEMENT • FUNCTIONALISM • INTERPRETIVISM

Resumo

A comunicação nas e das organizações é algo novo. Os trabalhos sobre esse tema, de origem anglo-saxônica, foram recentemente enriquecidos pelas pesquisas francesas. Tal objeto recebeu a influência de várias disciplinas e suas correntes de pensamento se caracterizam pelas contribuições de duas grandes escolas: a funcionalista e a interpretativista.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO • ORGANIZAÇÃO • GESTÃO DA INTELIGÊNCIA COLETIVA • FUNCIONALISMO • INTERPRETATIVISMO

Durante mucho tiempo tenidos como marginales, los estudios e investigaciones relativos a la comunicación de las organizaciones pasaron a ser, en Francia, en el espacio de quince años, un objeto central de análisis para un número creciente de investigadores en ciencias de la información y la comunicación. Entran a formar parte cada vez más de los debates teóricos relativos a las organizaciones, abordados inicialmente por disciplinas vecinas como la sociología y/o la gestión. Tales debates, inicialmente confinados al campo particular de la empresa, poco a poco se ampliaron a las organizaciones en general, es decir, a cualquier unidad social instituida que realiza un conjunto de actividades orientadas hacia objetivos definidos, como las asociaciones o las colectividades territoriales por ejemplo. Los estudios e investigaciones relativos a la comunicación de las organizaciones se interesan hoy tanto por los procesos de comunicación observados en ellas, como por los medios estratégicos de que se sirven. Y han sido objeto de numerosos trabajos empíricos.

Aún siendo abundante, esta producción científica no dispone, sin embargo, de un único zócalo, teórico y metodológico, si es que tal proyecto fuese deseable. Tal como ocurre con las ciencias de la información y la comunicación de las que forma parte, en las cuales la problemática científica moviliza una multiplicidad de paradigmas, referencias teóricas y métodos de investigación, el estudio de la comunicación en y de las organizaciones constituye un espacio de problemática aún fragmentada que refuerza la búsqueda de modelos explicativos multidimensionales, sobre el telón de fondo de la crítica y la superación de los modelos dominantes.

Sin embargo, al confrontar los trabajos llevados a cabo tanto en Francia como en el extranjero estos últimos años, se puede poner en evidencia una serie de dimensiones constantes, a pesar de que el campo de investigación constituido en la encrucijada de los problemas a resolver se convirtió, con el paso del tiempo, en el lugar de articulación de un cierto número de problemas comunes.

Intentaremos, en esta exposición, hacer balance de los trabajos referentes a la comunicación de las organizaciones, basándonos en la literatura científica existente sobre el tema y favoreciendo las únicas referencias susceptibles de alimentar nuestra reflexión.

En consecuencia, tendremos que volver de nuevo sobre los orígenes conceptuales y teóricos del binomio “comunicación y organización”, y a continuación nos aplicaremos a la tarea de precisar el panorama de los trabajos francófonos en comunicación de las organizaciones interrogándonos sobre sus fundamentos epistemológicos subyacentes. Nos centraremos voluntariamente en uno de estos aspectos, que los especialistas involucrados llaman la “comunicación organizacional”¹, que se refiere específicamente a los fenómenos comunica-

1 Los investigadores francófonos inscritos en la corriente de los trabajos americanos traducen así literalmente la expresión “Organizational communication”.

cionales existentes en las organizaciones, ya que se trata en efecto de un tema recurrente que da lugar a una producción científica creciente.

COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN: UN BINOMIO DE ORIGEN AMERICANO

Volvamos de nuevo sobre los orígenes de esta asociación entre comunicación y organización, y precisemos los diversos trabajos concernidos y/o recordados en las investigaciones francesas contemporáneas.

Todas las organizaciones deben disponer permanentemente de información útil y fiable que, emanando de distintas fuentes, tanto internas o externas, aspira a garantizar la preparación de decisiones estratégicas, el desarrollo de conocimientos y competencias del personal, la conservación del patrimonio y finalmente la perennidad de la entidad en cuestión. Por lo tanto, la problemática comunicacional referente a la organización es múltiple.

En teoría de las organizaciones (Rojot, 2005), la “comunicación”, término ya polisémico, se aparece como “un cajón de sastre” frecuentemente utilizado, en sus escritos, por los investigadores implicados, para reunir en el mismo ámbito términos como “mandato”, “tele-control”, “persuasión”, “propaganda”, “tratamiento de la información”², “negociación”, “coordinación”, “interacción” e “intercambio de información”.

Su estudio en tanto que objeto y realidad observable constituye un fenómeno de origen anglosajón, esencialmente americano, aparecido poco después de la entrada de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial. Los años 1942-1947 se consideran así los años de gestación (Redding, 1985) durante los cuales el término “comunicación” aparece de manera creciente como tal en varias publicaciones especializadas.

Terminada la guerra, una de las principales preocupaciones de las empresas americanas y de los investigadores en organizaciones parece ser la obtención de niveles de producción siempre más altos a costos siempre más bajos. Una de las ideas dadas por supuestas en la época era considerar que, cuanto más se informa a los empleados de las realidades a que se enfrentan los gestores, más cooperan los empleados y más trabajan, llegando a ser en consecuencia más productivos. Se publican entonces varios artículos, muy influidos por la corriente de los recursos humanos, en los años 1946 y 1947, que transmiten la imagen de un gestor racional omnisciente ante individuos que deben ser administrados, y que son jerárquicamente dependientes. En toda organización, explica Roethlisberger (1945, p. 89-107), existen dos procesos sociales básicos:

2 Cf. el lugar que ocupa en 1947, el término “comunicación” en la teoría del comportamiento organizativo de Herbert A. Simon (1947).

el primero orientado a acompañar el logro de los objetivos fundamentales de la organización; y el segundo asociado a los procesos sociales “espontáneos” llamados “la organización informal”

En 1947, Herbert A. Simon, Premio Nobel de economía en 1978 y reconocido teórico, considera en su teoría del comportamiento organizativo, que “communication is the essence of organization”.

Algunos años más tarde, en 1951, Bavelas y Barrett (1951, p. 366-377) publican un artículo titulado “An experimental approach to organizational communication”, donde por primera vez se habla de “comunicación organizacional”, expresión articulada en torno a tres dimensiones: el contenido del mensaje; las técnicas; y los canales o redes de transmisión. Le seguirá luego una primera recopilación de textos publicada bajo el título *Management: employee communication in action*, en la que algunos autores distinguen la comunicación interna de la comunicación externa, mientras que otros mencionan la relación entre la comunicación organizacional y la comunicación interpersonal. En 1959, Sexton y Staudt (1959, p. 101-118) publican un estudio revisando la literatura científica bajo el rótulo de “Business communication”, que pone de manifiesto que, de los 178 títulos inventariados, sólo uno presenta no obstante la expresión “organizational communication”.

Sera necesario esperar a los años sesenta para que esta “organizational communication” llegue a caracterizarse por la tendencia expresa a intentar apoyarse en datos empíricos *objetivos* y adquirir así un estatuto científico reconocido. Redding considera por otra parte 1967 como el año oficial de aceptación de la expresión “organizational communication” como disciplina emergente (“Conference on organizational communication”, 1967) dotada de una bibliografía especializada en consecuencia (Voos, 1967).

Algunos años más tarde, en 1968, cuando Lee Thayer publica *Communication and communication systems* inspirándose fundamentalmente en los enunciados de la teoría de los sistemas, se considera ya esta obra un verdadero tratado teórico de la comunicación en las organizaciones. La organización es considerada a partir de entonces como una entidad compuesta de protagonistas cuyas competencias, motivaciones y estrategias múltiples pretende armonizar. De un mosaico de roles y *status*, la organización intenta obtener una dinámica global que, valorizando su potencial humano, favorezca al mismo tiempo la innovación. Se la presenta como un espacio de saberes estructurado y jerarquizado en el cual la comunicación se produce permanentemente para crear conocimientos y experimentar nuevos procesos de trabajo.

El par comunicación-organización aparece desde entonces claramente definido y tomará cada vez más amplitud con el paso del tiempo; los investigadores (Simon, 1947; Weick, 1969) consideran que “sin comunicación, no puede haber organización” (Euske, Roberts, 1987).

Tras este breve (demasiado) recorrido histórico de únicamente trabajos americanos, nos parece justo exponer la situación de la investigación francesa, antes de cuestionar los principales presupuestos de los trabajos llevados a cabo.

TRABAJOS FRANCESES EN COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES: CONCEPCIONES PLURALES

En Francia, la comunicación de las organizaciones constituye un objeto central de investigación para un número creciente de investigadores en ciencias de la información y la comunicación (*sciences de l'information/communication*, SIC), disciplina científica institucionalmente creada a principios de los años 1970 (Boure, 2002), que asocia “información” y “comunicación”, contrariamente a los trabajos americanos citados anteriormente. Esta evolución está en parte vinculada a la iniciativa tomada por miembros de la Sociedad Francesa de las Ciencias de la Información y la Comunicación (SFSIC) de constituir en 1994 un grupo de estudios e investigaciones en comunicación “en” y “de” las organizaciones, bautizado “Org & Co”. Desde su creación, este grupo constituye un espacio de debate en lengua francesa donde las distintas tendencias pueden confrontar sus planteamientos, sus metodologías y sus resultados (Bernard, 2002). Así pues, distintos encuentros, jornadas de estudios, mesas redondas y coloquios dieron lugar a intercambios rentables susceptibles de permitirles a los participantes de distinto origen confrontar sus enfoques y compartir sus recursos conceptuales y métodos de investigación.

La problemática tratada es múltiple, en un campo científico que se distingue cada vez más de los enfoques puramente funcionales y/o de gestión. Se aborda tanto el contenido y el lugar que concierne a la información (y su tratamiento), como a las modalidades de los actos de comunicativos o al papel de estos últimos en las situaciones de trabajo. Pero pueden también abordar las políticas de comunicación y sus efectos (entre los cuales las relaciones públicas, la publicidad...), los medios a los que se recurre, o los procesos de comunicación entre actores o sus interacciones en el seno de las organizaciones, así como los fenómenos cognoscitivos y sociales a que se vinculan. Sus fundamentos se vieron precisados y enriquecidos, en particular durante estos últimos años, por la búsqueda de modelos explicativos multidimensionales sobre un telón de fondo marcado por la crítica y la superación de los paradigmas practicistas y de los recetarios profesionales dominantes. Así pues, la comunicación organizacional se considera cada vez más como un proceso complejo en el cual el significado de los mensajes no es un dato previo a la interacción sino una construcción en situación culturalmente marcada que depende del desarrollo del propio proceso, en el tiempo y en el espacio. Estructurada y estructurante, no se encuentra ya reducida a su sola perspectiva instrumental, donde el trabajo cognitivo de los interlocutores está subestimado, sino que se pone de relieve los logros obtenidos por los individuos en situación. Organización y comunicación se construyen mu-

tuamente, son realidades emergentes que forman un par indisociable, y no pueden comprenderse sino a través de un planteamiento interdisciplinar.

En este marco, numerosos investigadores se consagran desde hace algunos años al estudio de la ingeniería para el desarrollo estructural de proyectos, que, en las organizaciones, se hacen cada vez más frecuentes (Bouzon, 2006). El desarrollo de proyectos, en tanto que proceso que se orienta hacia el futuro todavía incierto, invita a preguntarse sobre las modalidades de cooperación entre actores sociales cuyos papeles e intereses divergen, al interior de un espacio limitado y durante una duración también limitada. ¿Así, cómo pueden los individuos con oficios diferentes llegar a cooperar entre sí en un proyecto? La actuación de cualquier actor parece venir influenciada por su representación de la situación. La acción colectiva, entonces, implicará una representación colectiva o al menos un mínimo de coherencia entre las representaciones que confluyen. Al igual que un grupo organizado, el desarrollo de proyecto es una construcción social que sólo existe y sólo dura mientras logra integrar las estrategias divergentes de sus miembros en una producción colectiva. En esta situación,

el objetivo del proceso (los fines contemplados, (aquello que debe realizarse...) y el propio proceso (cómo cada uno se vuelve útil para el otro...) se construyen por influencia recíproca. En tales procesos, los actores no pueden fácilmente delimitar cuáles son sus contribuciones, y deben orientar sus actividades en función de los trayectos que marquen la evolución del proyecto o la evolución de los otros actores.

¿Cuáles son los vínculos que los actores mantienen entre sí y cómo interactúan recíprocamente? El proyecto sólo se justifica a los ojos de quienes lo han ordenado si su capacidad de producción cognitiva sobrepasa la de sus miembros tomados separadamente. ¿Cómo se comparten entonces, por una parte, las acciones cuyas actuaciones se han “repartido”, y que son realizadas simultáneamente por distintos actores, movilizando cada uno un lenguaje y unas herramientas específicas de su oficio, y por otra, las actividades durante las cuales se van cubriendo las etapas del desarrollo conforme a la distribución de tareas entre distintos socios? La innovación resulta cada vez más a menudo de actividades múltiples, que obligan a sus protagonistas a superar su especialización de origen recomblando sus conocimientos hacia ámbitos que son híbridos, desplazándose desde el centro hasta la periferia de su propio oficio e infringiendo las fronteras disciplinarias hasta encontrarse con especialistas de los otros oficios.

Las investigaciones actualmente llevadas a cabo reúnen toda suerte de saberes y se alimentan con experiencias metodológicas diversas, según sean los objetos estudiados (por contenido, situación, circunstancia...) y su finalidad (describir, comprender, intervenir...). Las aportaciones correspondientes proceden de numerosos trabajos empíricos referentes al contenido y/o a las mo-

dalidades de los actos de comunicación, sus efectos, su papel en las situaciones de trabajo o a la construcción discursiva del contexto de trabajo. Pero en este marco, además de los objetos y conceptos consustanciales a las SIC (sciences de l'information/communication), los investigadores concernidos se encuentran entonces constantemente enfrentados a cuestiones relativas a los métodos de investigación en un contexto donde sus elecciones conceptuales³ deben acomodarse a las condiciones que impone la investigación sobre el terreno. Llevar a cabo una investigación sobre comunicación en organización bien estructurada no es en efecto nada fácil (Delcambre, 2000). Más allá de las dificultades para poder acceder en primer lugar al interior de la empresa y luego a los actores de la comunicación, resulta delicada la posición del investigador, pues el riesgo es grande de confundir la postura de investigación con la de consultoría. Las presiones son fuertes y el peligro real. Por otra parte, los actores sociales, no teniendo vocación alguna por someterse a entrevistas, ni por explicarse, ni dar información alguna sobre ellos mismos, hacen que la recopilación de datos pertinentes termine por ser el resultado de una negociación a menudo delicada. Numerosos textos cuestionan entonces la manera de llegar a comprenderlo, considerando con razón que, no obstante, ningún trabajo en ciencias humanas y sociales se puede ahorrar un debate sobre las herramientas empíricas utilizadas (Bouzon; Meyer, 2006 y 2008).

Dos rasgos caracterizan hoy, a nuestro parecer, la comunicación de las organizaciones: por una parte la amplitud que ha adquirido; y por otra parte el estallido con que se produce.

La amplitud, rápidamente alcanzada, viene a ser corroborada por el número de investigadores hoy contabilizados que puede por otra parte sorprender en la medida en que la primera obra colectiva del grupo *Org&Co* (Le Moenne, 1998) sólo tenía por objeto reunir investigadores hasta entonces aislados y dispersados, aspirando a hacerse reconocer como tal el campo científico de la "comunicación de las organizaciones". Pero este último campo tanto más les plantea un desafío a los investigadores cuanto que, en el contexto de universalización actual, las organizaciones están adoptando normas de funcionamiento que liberan cuadros de mando y dedicaciones clásicas hasta modificar el lugar y el papel de la comunicación.

El estallido que le acompaña⁴ es un fenómeno resultante del desmenuzamiento de los campos de especialización y de la influencia ejercida por

3 Así, desde las obras de Yves Winkin, se citan ampliamente los trabajos publicados por la Escuela de Palo Alto, según los cuales "toda comunicación presente dos aspectos: el contenido y la relación, de forma que el segundo engloba al primero", trabajos que fueron completados o revisados por otros autores. Daniel Bounoux (1997) establece concretamente una distinción, particularmente fecunda, que propone operar una sustitución de términos: "contenido" por "información" y "relación" por "comunicación", distinción implícitamente recogida por numerosos investigadores en comunicación de las organizaciones.

4 En particular, perceptible en las elecciones de los temas de tesis de estos últimos años

paradigmas en competición. Estos procesos se traslucen en las referencias bibliográficas movilizadas por los investigadores en sus trabajos, que constituyen un dispositivo revelador de los vínculos que tejen con la comunidad científica. Asistimos así a una inflación del número de referencias procedentes de campos asociados a otras y numerosas disciplinas. Con esta doble evolución, la comunicación de las organizaciones se pliega a un pluralismo explicativo que apenas daña su validez epistemológica pero que le crea una “marginalidad” (Dogan; Pahre, 1991) que se manifiesta creativa y fuente de innovación⁵. El mosaico de los trabajos existentes no carece en efecto de coherencia. La mayoría de los trabajos se inscriben mayoritariamente tras el cuestionamiento más general referido al lugar y al papel de la comunicación organizacional que, considerada como inteligencia colectiva (en el sentido de Lacoste y Grosjean, 1999) permanece hoy aún siendo un enigma a pesar de haber dado lugar a una pluralidad de modelos y de haber movilizadado a numerosos investigadores en distintas disciplinas.

Por su apertura, la comunicación de las organizaciones en general, y la comunicación organizacional en particular, ofrecen hoy al investigador un amplio ámbito de cuestiones, que difieren en función de su tema (estudiar un contenido, analizar un proceso) y varían según su finalidad (describir una situación, comprender un fenómeno o explicar un funcionamiento), recabando toda suerte de saberes, y alimentándose de experiencias metodológicas múltiples.

En el próximo apartado, intentaremos comprender los dos paradigmas epistemológicos mayoritarios, generalmente definidos en comunicación de las organizaciones, uno como funcionalista y el otro como interpretativista, ya que cada uno se corresponde con una visión particular de la organización y la comunicación, y estructuran las conclusiones que de ellos se derivan (Giroux, 1994, p. 16-45).

DOS CORRIENTES DE PENSAMIENTO GENERALMENTE IDENTIFICADAS EN COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

Si creemos necesario definir las características de estas dos perspectivas que permiten estudiar los fenómenos comunicacionales, también creemos necesario no obstante guardarse de oponerlos en confrontaciones reductoras, que separarían artificialmente la transmisión de la interpretación, ya que ambas se imbrican constantemente en los intercambios comunicativos. Nuestra observación sólo se referirá voluntariamente a dos de los paradigmas mayoritarios, al positivismo, dominante en teoría de las organizaciones y al interpretativismo, tradicionalmente opuesto al anterior, si excluimos a

5 Los trabajos de tesis llevados a cabo estos últimos años, así como los de HDR (“habilitation à diriger des recherches”, o habilitaciones para dirigir investigaciones) están ahí para demostrarlo.

un tercero, el constructivismo⁶. En efecto, éste se descartó hace mucho tiempo del vocabulario de las ciencias de la información y la comunicación (SIC), y si vuelve a la superficie desde hace algunos años⁷ es según los términos de una polémica no cerrada que nos parece sobrepasar el marco del presente artículo. Este último paradigma comparte por otro lado un determinado número de hipótesis con el paradigma interpretativista.

La escuela funcionalista

Asociada al paradigma positivista, llamada también “visión balística de la comunicación” (Giordano, 1994, p 49-61), considera la realidad social como un fenómeno real (“principio ontológico”⁸), que tiene una existencia exterior al sujeto que la observa y/o la lleva a cabo (“principio de objetividad”), que tiene un funcionamiento determinado y leyes en pro del éxito que le es propio (“principio del universo conectado”) y que puede conducir a la solución óptima (“principio de menor esfuerzo y máximo beneficio”).

En este marco, Nicole Giroux (1994, p 16-45) define la comunicación como “integradora” es decir, que conforma el comportamiento con una visión colectivista de la organización. Toma, en particular, como ejemplo al gestor que se pregunta sobre los vínculos que lo unen a la organización y su grado de integración a la colectividad organizacional.

Goldhaber (1986) considera que, en este enfoque, la comunicación organizacional es el proceso de creación e intercambio de mensajes que, en una red de relaciones interdependientes, debe adaptarse a la incertidumbre del entorno. Sus trabajos conceptúan la estructura organizativa distribuyendo los papeles o las acciones de los individuos en sus puestos, fijando los niveles, los departamentos y las fronteras. La estructura organizativa se percibe entonces como un continente a rellenar de modo que las estructuras sociales existen antes de las acciones individuales.

Uno de los postulados fundamentales de la escuela funcionalista es el concepto de determinismo. Encontramos aquí el modelo propio del telégrafo para la co-

6 Véanse los trabajos de P. Berger y T. Luckmann, O de Chevalier, B. Delforce, G. Derville, J.-L. Le Moigne, J. Piaget, J. Searle, P. Watzlavick... Esta enumeración muestra hasta qué punto se trata de una corriente que agrupa opciones muy distintas, recibiendo, según los casos, los nombres de *construccionismo*, *construccionalismo* o *constructivismo*.

7 Cr. los distintos números de la revista científica *Questions de communication* desde 2004.

8 Retomaremos aquí las presuposiciones epistemológicas propuestas por J. L. Le Moigne (1990, p. 81-140), para quien el positivismo considera la organización como una construcción (“principio del universo construido”), incluyendo al sujeto que intenta controlarla o que se conforma con observarla a través de la representación que se hace de ella (“principios de representabilidad y de proyectividad”), que tiene un funcionamiento complejo que no puede dividirse en elementos simples independientes y no puede conducir sino a soluciones más o menos satisfactorias (“principio de la acción inteligente”).

municación⁹, que acepta una propuesta instrumental de la comunicación y se basa en la imposición a los interlocutores de leyes y esquemas técnicos. Según esta perspectiva, los individuos son los productos del entorno y responden a *estímulos* exteriores de una manera mecánica. Son esencialmente reactivos. La unidad de análisis elegida es la entidad organizacional con sus características sociales, psicológicas y económicas percibidas como entidades estáticas más que como procesos sociales. La organización es una estructura concreta en la cual las actividades tienen lugar, y la comunicación es una actividad tangible que circula de una manera ascendente, descendente o lateral. Los mensajes se ven como formas físicas que tienen posiciones espacio-temporales y existen independientemente de emisores y destinatarios.

Así pues, para los investigadores funcionalistas, la esencia de la comunicación reside en la transmisión de mensajes y lo pertinente es el estudio de los efectos de los canales de comunicación.

En esta esfera de influencia, más allá de los trabajos especializados en la identificación (George Cheney) y análisis de las redes (Peter Monge, Noshir Contractor), más allá de la teoría de la estructuración (Robert McPhee) o la resolución de conflictos (Cynthia Stohl), dos enfoques parecen caracterizar a la escuela funcionalista (Axley, 1984; Daft, Langel, 1984; Jablin, 1987, los enfoques mecanicista de una parte e institucional de otra.

Importante: la perspectiva mecanicista percibe la comunicación humana “como *un proceso de transmisión*” en el que un mensaje viaja por un canal de un punto a otro. Hace hincapié en el canal de comunicación, medio de transmisión así como vínculo entre las funciones de codificación y desciframiento. Esta perspectiva vehicula cuatro postulados fundamentales: la cuasi-causalidad; la transitividad de las funciones de comunicación; la conceptualización del materialismo; y el reduccionismo. La cuasi-causalidad se centra en el vínculo entre las condiciones previas y las condiciones futuras: es una visión lineal del proceso comunicacional. El segundo, que es la transitividad de las funciones de comunicación, considera que los conceptos comunicacionales se vinculan en una cadena de relaciones: la perspectiva mecanicista trata de la comunicación como una entidad material es decir, que un mensaje se convierte en una sustancia concreta con propiedades espacio-temporales. En último lugar, la comunicación puede dividirse en subunidades. Esta concepción reduccionista implica que los conceptos son más bien comprendidos si el todo se reduce en partes y es definiendo y midiendo estas partes como se puede comprobar la cadena causal lineal que las conecta.

La teoría institucional constituye, por su parte, el otro enfoque de la escuela funcionalista. La institucionalización en cuestión implica el conjunto de los

9 Aparecido en teoría matemática de la comunicación (Shannon; Weaver, 1948), este modelo designa un esquema lineal simple de la comunicación en el cual la comunicación se reduce a la transmisión de un mensaje.

procesos por los cuales las obligaciones o las puestas al día vienen a tomar posición en el pensamiento y la acción social. Postula que las organizaciones se ajustan a las expectativas del entorno y se adaptan a él. En contrapartida, la organización es legitimada por el entorno que le procura sus recursos financieros y le reconoce su estatuto social.

Estas dos concepciones a menudo son retomadas por los expertos y se las encuentran frecuentemente en los manuales, en particular, aquellos que tratan la comunicación interna.

Pasemos ahora a la segunda escuela de pensamiento: la interpretativista:

La escuela interpretativista

La escuela interpretativista considera a la sociedad como una construcción hecha por las experiencias subjetivas de sus miembros. Por su habilidad para comunicar, los individuos son capaces de crear y construir su propia realidad social a través de sus palabras, sus símbolos, sus comportamientos. Las organizaciones son entonces procesos que se desarrollan a través de la evolución de los comportamientos.

La escuela interpretativista se interesa por la creación de los significados compartidos por acciones y acontecimientos comunes. El sentido de las palabras y acciones se interpreta de una manera simbólica a través de la experiencia recíproca, más que por la intención del emisor o el crisol del receptor. El comportamiento se desarrolla a través de las interacciones sociales, cambia a medida que el contexto social cambie y forma una nueva entidad (Fischer, 1978).

Esta visión (Putnam; Pacanoswski, 1983) tiene implicaciones sobre la manera de concebir la estructura organizacional. En efecto las estructuras se tratan como un conjunto complejo de relaciones, semi autónomo, que adquieren su origen en las interacciones humanas. Los miembros de la organización utilizan sus acciones y sus interacciones con el fin de crear departamentos, niveles y procedimientos que tienen consecuencias directas sobre los comportamientos diarios. El organigrama se vuelve simbólico puesto que representa relaciones en proceso de cambio pero es también estructural puesto que tiene un efecto sobre las acciones diarias de sus miembros. Para la escuela interpretativista, que trata la organización como un conjunto de grupos con distintos intereses y distintos objetivos, la visión de la organización ya no es unitaria sino pluralista.

El método interpretativista adopta una visión relativista del mundo. Busca una comprensión en profundidad de un fenómeno particular. Al considerar la organización como una construcción social de la realidad, organizarla pasa a ser a su vez un proceso de comunicación. Conformando a esta misma concepción, la comunicación no es sólo otra actividad simplemente organizativa, sino

que es responsable de crear, legitimar y reconstruir las estructuras sociales que forman el nudo de la organización (Hawes, 1974).

Este enfoque integra la comunicación en un sistema organizacional dinámico e interactivo donde la realidad es co-construida por los actores de la comunicación, un sistema en el cual los empleados de la empresa constituyen el cuerpo social interactuando con la organización, en referencia a las representaciones proyectadas por la llamada “Escuela de Palo Alto”¹⁰. Los trabajos de la comunidad científica francesa, tanto en SIC como en ciencias de gestión, se refieren mayoritariamente a algunas obras, ampliamente citadas, de L. Putnam y Karl Weick. Para hacer memoria, recordemos la investigación de este último, que hace hincapié en el logro de los actores en situación y el lugar que la comunicación ocupa en las interacciones cotidianas. Considera la comunicación como parte involucrada de un proceso de estructuración organizacional (*organizing*) que contribuye a producir permanentemente las estructuras de la empresa y los vínculos entre los individuos. El análisis de las situaciones ya no se efectúa solamente a partir de la reconstrucción *a posteriori* de algunos fenómenos, sino que se basa en las observaciones, poniendo de relieve el funcionamiento efectivo de la organización en tiempo real.

Podríamos hacer referencia también a otros trabajos, entre los cuales los enfoques críticos, post modernos, de Dennis Mumby (May; Mumby, 2005), por ejemplo. Nos limitaremos brevemente (aunque resulte demasiado) a mencionar el cambio discursivo de rumbo, que integra los enfoques foucauldianos y los críticos, los enfoques conversacionales (Gail Fairhurst) y los enfoques narrativos (el *storytelling* de Yannis Gabriel). Desde los trabajos tan innovadores de James R. Taylor (Taylor; Van Every, 2000) sobre el enfoque denominado *constitutivo* de la comunicación organizacional (Putnam; Nicotera, 2009), varios investigadores en efecto pusieron en marcha distintos programas de investigación, ambiciosos y fértiles, destinados a explorar el papel clave que desempeña la comunicación en la constitución de las organizaciones (Cooren, 2000; Robichaud, Giroux, Taylor, 2004). Según este enfoque, la comunicación se manifiesta esencialmente según dos modalidades: una, conversacional, que remite a la dimensión práctica de toda interacción y se corresponde con aquello que Taylor y Van Every (2000) llaman el *lugar* de aparición de la realidad organizacional; mientras que la otra modalidad, la textual, expresa la dimensión iterativa, repetitiva, reiterativa, de todo intercambio, que remite a la *superficie* de la organización.

Para resumir, la perspectiva funcionalista considera la comunicación, según el modelo del telégrafo, como transmisión desde un emisor hacia un receptor,

10 En 1959, Don Jackson funda en Palo Alto en California, el Mental Research Institute. Paul Watzlawick se le incorpora en 1962. Con otros investigadores como Erving Goffman, Edward T. Hall, Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, llevan a cabo investigaciones que van a llevarles a desplazar los paradigmas de comprensión de la comunicación hacia un modelo dicho “sistémico”, en oposición al modelo lineal, definiendo los conceptos de “doble vínculo”, de “presentación del sí mismo”, de “dimensión oculta”.

mientras que la perspectiva interpretativista considera que la comunicación es co-construida o co-edificada por los propios interlocutores o actores, provistos de capacidades cognitivas, emocionales y estratégicas en el curso del proceso de interacción constitutivo de la significación; la organización se convierte así en un producto de la comunicación. En efecto, ésta participa en el proceso de interacción entre los individuos y contribuye a construir significados; la realidad es co-edificada o construida por los actores provistos de capacidades cognoscitivas, emocionales y estratégicas. Ya no es solamente un acto específico de transmisión de mensaje, sino también una instancia de actualización de representaciones individuales y colectivas que hace intervenir los significados elaborados con anterioridad. Es el lugar donde se negocian los retos del trabajo y las identidades de los interlocutores. Por ella, el colectivo humano se regula, se institucionaliza o, al contrario, se pone en cuestión y se transforma. La comunicación aparece así como un proceso complejo en el cual el significado de los mensajes no es un dato previo a la interacción, sino una construcción en situación culturalmente señalada, que depende del desarrollo del propio proceso, en el tiempo y en el espacio (Bouzon, 2006).

Ciertamente, la comunicación es un producto también de la organización (tanto mercantil como no mercantil)¹¹ desde el momento en que resulta de una elección deliberada por dirigirse a públicos externos (relaciones públicas, creación de acontecimientos, publicidad, marketing directo...) o internos (Diario interno, Intranet, reuniones...) con o sin la ayuda de las TIC's¹², pero existe un *continuum* entre ambas, hoy perfectamente identificado (Bouzon, 2005).

CONSIDERACIONES FINALES

Sea como discurso institucional o discurso comercial y/o sea como fruto de la interacción permanente entre sus miembros o socios, la comunicación de las organizaciones es hoy objeto de una atención especial por parte de los investigadores. Éstos se interesan lo mismo por su significado que por los medios estratégicos aplicados, tanta atención prestan a los procesos comunicacionales como a los fenómenos cognitivos y sociales a los que están vinculados. Haciendo esto, desarrollan modelos explicativos a veces inspirados en otras disciplinas, pero que se revelan muy dependientes de la cultura que le es propia.

11 En el sentido de la Teoría de las Organizaciones que define la organización como una unidad social que tiene en común medios y objetivos, que conciernen tanto a las estructuras mercantiles como no mercantiles, y esto en toda su diversidad (empresas, hospitales, sindicatos, asociaciones, administración, colectivos...).

12 La sigla TIC's designa en este ocasión el conjunto de los medios de comunicación digitales incluido Internet, Extranet, correo electrónico, programas informáticos de gestión integrados (PGI) o ERP (enterprise resource planning), pero también los medios de comunicación llamados "clásicos"

Una de las ambiciones de esta exposición ha sido ofrecer al lector, especialista o profano, una representación global de algunas investigaciones significativas existentes en este campo en explosión. La dificultad de tal proyecto, en un marco inevitablemente limitado, está entonces en intentar restituirle su pluralidad interna sin caer en una visión fragmentaria por el intento, así como en intentar reconstruir la evolución de su problemática o la renovación de los objetos de estudio planteados, sin brindarles una representación demasiado simplista. Para permitir al lector forjarse un juicio certero sobre el interés y el alcance de los trabajos llevados a cabo, nos habría hecho falta ir más allá del registro cronológico de los trabajos publicados, para lograr articularlos entre sí y ubicarlos en función de sus fundamentos epistemológicos respectivos.

Si, al final de este discurso, la comunicación de las organizaciones parece plural, sin embargo las preocupaciones de los investigadores que se ocupan de ella terminan por reunirse o confluir cada vez más en torno a una serie de cuestiones fundamentales. Así, se puede constatar la resonancia creciente adquirida por los trabajos que se refieren a las teorías y métodos de la “organizational communication” dentro de la esfera de influencia de las aportaciones americanas de Putnam, y del fuerte desarrollo de las referencias a las conversaciones, a los textos y a la noción psico-discursiva de *agentividad*¹³ en la línea de Taylor o de Cooren.

Se plantea, en conclusión, la cuestión de los estatutos respectivos del conocimiento científico y del investigador frente a las expectativas de la sociedad, cuestión que suscita hoy numerosos debates tanto en el dominio disciplinar de las ciencias de la información/comunicación como en otros, y *a fortiori* en el de la comunicación de las organizaciones. Existe en efecto una demanda social, que toma la forma de un mandato público o privado para la investigación, el estudio o para la intervención, de la que dependen, en Francia, cada vez más los trabajos de los investigadores, debido a los medios de financiación asociados. ¿Cómo pasar de una demanda social, de una cuestión práctica, de un objeto de atención, hasta llegar a un objeto teórico de estudio? ¿No hay riesgo de confusión entre el investigador y el consultor, cuando el investigador va poco a poco viéndose comprometido con el rol de un ingeniero social? ¿Cómo hacer para que nuestras ciencias humanas y sociales sean útiles al individuo, a la empresa, y a la sociedad, sin verse por ello instrumentalizadas? Dado que nuestras tareas y cometidos se pliegan a las condiciones del terreno (el mundo de las organizaciones) y de la investigación, terminaremos nuestra exposición planteando la cuestión ética y, en particular, la cuestión de los límites que el terreno impone en cuanto al respeto a las normas deontológicas... que debemos fijarnos.

13 En Lingüística cognitiva y análisis del discurso, “agentividad” es una noción que se refiere a las formas (lingüísticas, cognitivas, y sociales) de comprometer las relaciones producidas por las comunicación entre los interlocutores. (Nota del traductor).

REFRÊNCIAS

- ASHCRAFT, K. L.; KUHN, T. R.; COOREN, F. Constitutional amendments: "materializing" organizational communication. *Academy of Management Annals*, v. 3, n. 1, p. 1-64, 2009.
- AXLEY, S. Managerial and organizational communication in terms of conduit metaphor. *Academy of Management Review*, v. 9, p. 428-437, 1984.
- BAVELAS, A.; BARRETT, D. An experimental approach to organizational communication. *Personnel*, n. 27, p. 366-377, 1951.
- BERNARD, F. Contribution à une histoire de la communication des organisations dans les SIC. In: Boure R. (Dir.): *Les origines des sciences de l'information et de la communication: regards croisés*. Paris: Presses universitaires du Septentrion, 2002. p.153-182.
- BOUGNOUX, D. *La communication contre l'information*. Paris: Hachette, 1997.
- BOURE, R. *Les origines des sciences de l'information et de la communication: regards croisés*. Paris: Presses universitaires du Septentrion, 2002.
- BORZEIX, A.; FRAENKEL, B. (Dir.) *Langage et travail*. Paris: CNRS Editions, 2001.
- BOUZON, A. *Etudier la communication organisationnelle: champs, concepts, perspectives*. Paris: L'Harmattan, 2006.
- _____. *La place de la communication dans la conception de systèmes à risques*. Paris: L'Harmattan, 2004.
- _____. *Technologies de l'information et de la communication dans les organisations: théories et pratiques*. Toulouse: Octares, 2005.
- BOUZON, A.; MEYER, V. *La communication organisationnelle en question: méthodes et méthodologies*. Paris: L'Harmattan, 2006.
- _____. *La communication organisationnelle en question: la recherche et action*. Paris: L'Harmattan, 2008.
- CHENEY, C. Democracy in the workplace: theory and practice from the perspective of communication. *Journal of Applied Communication Research*, n. 23, p. 167-200, 1995.
- COOREN, F. *Interacting and organizing: analyses of a Board Meeting*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006.
- _____. *The organizing property of communication*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 2000.
- _____. Textual agency: how texts do things in organizational settings. *Organization*, v. 11, n. 3, p. 373-393, 2004.
- COOREN, F.; TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. *Comunicación as organizing: empirical explorations into the dynamic of text and conversation*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2006.
- DAFT, R.; LANGEL, R. H. Información richness: a new approach to managerial information processing and organizational design. In: LARRY, L.; CUMMINGS, L. L.; STAW B. M. (Ed.). *Research in organizational behavior*. Vol. 6. Greenwich, CT: JAI Press, 1984. p. 191-234.
- Delcambre, P. (Org.) *Comunicaciones organizativas: objetos, prácticas, dispositivos*. Rennes: Puro, 2000.
- DOGAN, M.; PAHRE, R. *L'innovation dans les sciences sociales*. Paris: PUF, 1991.
- EUSKE, N. A.; ROBERTS, K. H. Evolving perspectives in organization theory: communication implications. In: JABLIN, F. M. et al. (Ed.). *Handbook of organizational communication: an interdisciplinary perspective*. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1987.
- FAIRHURST, G. T. *Discursive leadership: in conversation with leadership psychology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc., 2007.
- FAIRHURST, G. T.; PUTNAM, L. Organizations as discursive constructions *Comunicación Theory*, v. 14, n. 1, p. 5-26, 2004.
- FISCHER, B. A. *Perspectives on human communication*. New York: Macmillan, 1978.
- GIORDANO, Y. Communication d'entreprise: faut-il repenser les pratiques managériales ?" *Revue de gestion des ressources humaines*, 13/4, pp 49-61. v. 13, n. 4, p 49-61, 1994.
- GIROUX, N. La communication interne: une définition en évolution. *Communication & Organisation*, n. 5, p 16-45. p 16-45, 5 jul. 1994.
- GOLDHABER, G. *The handbook of organizational communication*. New York: Barnett Edition, 1987.
- HAWES, L. C. Social collectivities as communication: perspectives on organizational behavior. *Quarterly Journal of Speech*, n. 60, p. 497-502, 1974.
- JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. L. (Ed.). *The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.

- LACOSTE, M.; GROSJEAN, M. *Communication et intelligence collective: Le travail à l'hôpital*. Paris: PUF, 1999.
- LE MOENNE, C. *Communications d'entreprises et d'organisations*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes 2, 1998.
- LE MOIGNE J.-L. Epistémologies constructivistes de sciences de l'organisation. In: MARTINET. A.C. (Dir.). *Epistémologies et sciences de gestion*. Paris: Économica, 1990. p. 81-140.
- May, S.; Mumby, D. K. *Engaging organizational communication theory and research: multiple perspectives*. Thousand Oaks, CA, Sage, 2005.
- McPHEE, R. D.; ZAUG, P. The communicative constitution of organizations: a framework for explanation. *The Electronic Journal of Communication*, v. 10. n.1/2, 2000.
- MONGE, P. R.; CONTRACTOR, N. *Theories of communication networks*. New York, Oxford University Press, 2003.
- MUMBY D., *Communication and power by organization: discourse, ideology, and domination*. Norwood, NJ: Arblex, 1988
- PUTMAN G. T.; COOREN F. Alternative perspectives on the role of text and agency in constituting organizations. *Organization*, v. 11, n. 3, p. 323-334, 2004.
- PUTNAM, L. L.; NICOTERA, A. (Ed.). *Building theories of organization: the constitutive role of communication*. Routledge, 2009.
- PUTNAM, L. L.; PACANOWSKY, M. E. (Ed.). *Communication and organizations: an interpretive approach*. Beverly Hills, CA: Sage, 1983. p. 55-72.
- REDDING W. C. Stumbling toward identity: the emergence of organizational communication as a field of study. In: MCPHEE, R. D.; TOMPKINS, P. K. (Ed.). *Organizational communication: traditional themes and new directions*. Beverly Hills, CA: Sage, 1985. p. 15-54.
- ROBICHAUD, D.; GIROUX, H.; TAYLOR, J. R. The meta-conversation: the recursive property of language as the key to organizing. *Academy of Management Review*, v. 29, n. 4, p. 1-18, 2004.
- ROETHLISBERGER F. J.. *The foreman: master and victim of double talk* *Harvard Business Review*, n. 23 p 89-107, 1945.
- ROJOT, J. *Théorie des organisations*. Paris: Eska, 2005.
- SEXTON, R.; STAUDT; V.. Business communications: a survey of the literature. *Journal of Social Psychology*, n. 50, p. 101-118, 1959.
- SHANNON, C. E.; WEAVER, W. *The mathematical theory of communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1948.
- SIMON, H. *Administrative behavior: a study of decision-making processes in administrative organizations*. New York: Macmillan, 1947.
- STOHL, C. *Organizational communication: connectedness in action*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- TAYLOR, J. R.; VAN EVERY, E. J. *The emergent organization: communication as its site and surface*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000.
- Thayer L. *Communication and communication systems*. Homewood, IL: Richard D. Irwin inc. 1968.
- VOOS, H. *Organizational communication: a bibliography*. New Brunswick: University Press, 1967.
- WEICK K. E. *The social psychology of organizing*. Don Mills: Addison Westley. 1969.
- _____. *Sensemaking in organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- WINKIN, Y. *La nouvelle communication*, Paris : Seuil., 1981.

Recebido em: 07.06.2010 / Aceito em: 22.07.2010