

# CURSO - SEMINARIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
GREGORIANA

CICS  
*Centro Interdisciplinar  
de Comunicación Social*

[www.seminariovirtual.org](http://www.seminariovirtual.org)

2009

# EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA HISTORIA

## 2.1 Algunos enfoques de la comunicación organizacional

Como decía anteriormente la comunicación organizacional es muy nueva como especialización sin embargo es necesario mirar la historia para descubrir el enfoque nuevo que nos presenta en la recuperación de la persona y en el camino ético y de humanización de las empresas.

Inicialmente en Europa , la sociología abordo el fenómeno de la comunicación desde la problemática social de las fabricas en la llamada revolución industrial, en pleno auge del pensamiento clásico donde la comunicación era unidireccional manejándose solo el tema de la información. El tema de las teorías de la organización se fueron desarrollando vertiginosamente, tomo algunas teorías importantes:

### 2.1.1 *Teoría orgánica*

Saint Simon<sup>1</sup> (1760-1825) es uno de los principales exponentes de esta teoría y es considerado el fundador del socialismo moderno. El elabora el concepto de « sociedad orgánica» donde todos los individuos son partes del órgano. Este organismo se va desarrollando progresivamente integrando todos los elementos internos de una forma armónica. Este modelo era necesario para reorganizar la sociedad en una etapa saturada por el proceso de la industrialización y el surgimiento de la prensa como fenómeno social.

---

<sup>1</sup> “Saint Simon (1760- 1825) puede considerarse el primer antecedente de la sociología posterior a la Revolución Francesa. Preocupado por lo que consideraba una tendencia desorganizadora de la sociedad, Saint Simón rechazó la especulación filosófica acerca del orden social y a partir de una visión organicista propia del siglo XIX, encauzó sus esfuerzos intelectuales a la fundación de una nueva ciencia que tuviera por objeto al mundo social y que tuviera como principios rectores la organización y la creatividad”.(Traducción personal): S. BENTIVEGNA, *Teoria delle comunicazioni di massa*, Editori la Terza, Roma 2003, 84.

Comte (1768-1857) consideró la sociedad como un organismo colectivo, formado al interior por una multiplicidad de partes que operan en forma coordinada<sup>2</sup>. Comte prevé la necesidad de una nueva religión adaptada a la sociedad industrial fundada sobre la fe positiva en un gran ser<sup>3</sup>.

Comte y Spencer destacan en su teoría la metáfora orgánica como el proceso evolutivo de la humanidad y de los organismos biológicos. Con esta teoría pretendían demostrar cómo estaba organizada la sociedad y como se iba desarrollando convirtiéndose en factor complejo dividido, en diversas funciones, coordinadas entre sí dentro del mismo organismo<sup>4</sup>.

Spencer también aporta el término de estructura dentro de la sociología:

“La estructura es el resultado de un proceso de diferenciación, de la parte constitutiva del organismo social, en órganos particulares los cuales subsisten y son posibles gracias a la mutua interdependencia en función del todo.”<sup>5</sup>

Para Durkheim (1858-1917) la sociedad está estructurada alrededor de un conjunto de pilares que se manifiestan a través de expresiones, aporta elementos a la sociología de la religión superando la etapa orgánica y científica de Comte y Spencer<sup>6</sup> y definen la religión como un hecho realmente social, no solo derivado de la sociedad, sino que desarrolla una función eminentemente social.<sup>7</sup>

Durkheim, que estudia los hechos sociales como cosas, aplicando métodos sociológicos para definir y agrupar los mismos hechos, llega a la definición de una sociedad estructurada en torno a un sistema, en el cual cada persona cumple funciones y roles determinados. Su teoría aporta elementos muy importantes para el funcionalismo.

---

<sup>2</sup> Cf. *Ibidem*, 4-6.

<sup>3</sup> Cf. J. BAJZEK- G. MILANESI, *Sociologia della religione*, Editrice Elledici, Torino 2006, 16.

<sup>4</sup> Cf. F.E. DURAN, *Modernidad y cambio social*, Editorial Trotta, Madrid 2001, 58-59.

<sup>5</sup> F. DAMARCHI- A. ELLENA, «Struttura» in *Dizionario di sociologia ...*, 1269.

<sup>6</sup> Cf. J. BAJZEK- G. MILANESI, *Sociologia...*, 17.

<sup>7</sup> Cf. G. ORLANDONI, *Sociologia ...*, 14.

Max Weber (1864-1920), es considerado el primer teórico de la sociología de la religión, en cuanto intenta una interpretación orgánica del fenómeno religioso en perspectiva sociológica.

Sus tres ideas principales son: el efecto de las ideas religiosas en las actividades económicas, la relación entre [estratificación social](#) e ideas religiosas y las características singulares de la civilización occidental.<sup>8</sup>

### 2.1.2 *La teoría funcionalista*

Harold Dwight Lasswell ([1902](#) -[1978](#)), pionero de la [Ciencia política](#) y en las teorías de la comunicación, dio su aporte muy significativo al término *masas* en el desarrollo de la industria y al paralelo con la comunicación de masas.

“La comunicación de masas o *mass-media* son aquellos procedimientos mediante los cuales grupos especialistas se sirven de inventos técnicos (prensa, radio, filme, etc.) para difundir un contenido simbólico, a ún público vasto, heterogéneo y geográficamente disperso [...] la sociedad moderna depende de la forma crucial de la comunicación de masas.”<sup>9</sup>

Lasswell ha pasado por las teorías de la comunicación como el primer ensayista en comunicación, con el libro *Técnicas de propaganda en la Guerra Mundial* (1927). Inicia la investigación con el análisis de las interrelaciones entre audiencia y efecto desde una marcada posición funcionalista.

El funcionalismo intentó producir un sistema de conocimiento objetivo capaz de formular condiciones de equilibrio y autorregulación social. Donde se cree que el funcionamiento propio de una sociedad democrática y su equilibrio se sostienen confiando en las instituciones.

---

<sup>8</sup> *Ibidem*,15. Es uno de los sociólogos que más aportó a las religiones, reconociendo la religión como ciencia autónoma, según su posición la religión no viene estudiada en orden al problema del origen, sino lo que quiere investigar es el comportamiento religioso dentro de la sociedad y su relación con las otras ciencias.

<sup>9</sup> M. MORAGAS, *Sociología de la comunicación de masas*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona 1985, 25.

Esta teoría también afirma que los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores. Para conseguirlo se formulan las siguientes preguntas: quién, qué, a quién, a través de qué medio y con qué finalidad.

Respecto de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, la teoría funcionalista descubre que los medios son utilizados por el Estado (el Gobierno) para vigilar el entorno, controlarlo y para transmitir la herencia social, antes transmitida mediante la educación<sup>10</sup>.

### 2.1.3 *Industria cultural*

La sociología funcionalista consideró los medios de comunicación como mecanismos reguladores de la sociedad, frente a esta corriente surge la escuela de Francoforte que se preocupa del problema de la cultura. Más tarde en Francia el movimiento estructural opone el método empírico al descubrimiento de las ideologías. En Gran Bretaña se inaugura el movimiento *Cultural studies*.

En la mitad de los años 50 Adorno y Horkheimer elaboran el concepto de industria cultural, analizando la producción de bienes culturales bajo la globalización de la producción de la cultura. El proceso utilizado en serie de la fabricación de automóviles, es llevado al proceso de programas de radio, publicaciones, filmes.

La industria cultural viene estandarizada para satisfacer la cantidad de usuarios, creándose una cultura de masas formada a través de la cantidad de información y productos que le llegan por los medios de comunicación.<sup>11</sup>

### 2.1.4 *El desarrollo de la organización industrial*

---

<sup>10</sup> Cf. *Ibidem*, 16-18.

<sup>11</sup> C.f. A.M. MATTELART, *Storia delle teorie della comunicazione ...*, 59-63.

La palabra organización se deriva del griego *Orgánon*, que quiere decir instrumento, herramienta de trabajo. A nivel social se puede definir como un grupo de personas que trabajan juntas para alcanzar un objetivo<sup>12</sup>.

Fayol (Francés 1849-1925), uno de los máximos exponentes de la teoría de la organización la define así: « Organizar una empresa es proveerla de todo lo que es útil para su funcionamiento, materias, herramientas, capitales y personas». Estos componentes se pueden dividir en organismo material y organismo social, prevaleciendo siempre el último ya que la organización está formada por personas.<sup>13</sup>

El inicia la teoría sistemática de la organización industrial, utilizando la metáfora de cuerpo social, con el símil de la metáfora empresarial.

En el despuntar del siglo XX, la sociología de los medios de comunicación masivos fue llevando al desarrollo de la organización industrial, donde también influyó el pensamiento orgánico de Saint Simone.

El ingeniero Frederick Winlow [Taylor](#), desarrolló la llamada *escuela de administración científica*, preocupado por aumentar la [eficiencia](#) de la [industria](#) a través de la racionalización del trabajo operario.

Aunque los tres científicos no se hayan comunicado entre sí y hayan partido de puntos de vista diferentes y aún opuestos, lo cierto es que sus ideas constituyen las bases del llamado *enfoque clásico tradicional de la administración*, cuyos postulados dominaron aproximadamente las cuatro primeras décadas del siglo XX colaborando con el panorama administrativo de las [organizaciones](#)<sup>14</sup>.

A raíz de toda la problemática interna que se va generando al interior de las organizaciones y donde la comunicación encontró un nuevo escenario propio para la resolución de conflictos, la negociación y la respuesta práctica a la crisis cotidiana del entorno de la organización.

---

<sup>12</sup> Cf. F.DE MARCHI – A. ELLENA, «Organizzazione» in *Dizionario di sociologia*, Edizioni Paoline, Cinisello Balsamo (Milano) 1976, 853.

<sup>13</sup> Cf. C. GUEVARA, *Teorías organizacionales...*, 25.

<sup>14</sup> Cf. *Ibidem*, 21-81.

En los nuevos enfoques de la comunicación organizacional se encuentra la propuesta de Manuel Castells desde la estructura social de la información y del conocimiento:

“ Es necesario estudiar que se generan en la organización con la implantación de las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, principalmente en la productividad de la empresa, la eficiencia profesional, las relaciones humanas, que puedan dar explicación a partir de sus propios métodos y con sus propias teorías el fenómeno comunicativo en las organizaciones”<sup>15</sup>

## *2.2 La importancia de la comunicación en el mundo de la empresa.*

Como hemos ido analizando muchas empresas se dedicaron a producir y alcanzar altos niveles económicos olvidándose del potencial más rico interno que es la persona, esto llevó a tener personal insatisfecho, malos salarios, pocas oportunidades de que el trabajador se supere, la empresa no era de nadie, pérdida en insumos, incumplimientos en horarios, cambio de personal constante.

Esto ha llevado al análisis de que está pasando al interior de la empresa? Esta pregunta llevó a la modificación de muchos elementos y en descubrir que la comunicación podía ser una propuesta de cambio de paradigmas y de enfoques al interior de la empresa llevándola a la humanización de ella misma.

### *2.2.1 La comunicación centro de la organización*

---

<sup>15</sup> CENTRO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION, *Comunicación Organizacional...*, 27,28.

La comunicación dentro de una organización puede ser definida como un movimiento circular, donde se genera el mundo de relaciones interpersonales y la colaboración interdisciplinaria entre los diferentes sectores de la empresa.

La comunicación en una organización se mueve en dos niveles: interno y externo.

La comunicación interna influye en el mundo de las relaciones establecida entre los miembros que componen la organización, un ambiente de diálogo, de trabajo en equipo, de sinergia en los departamentos lo cual tiene repercusión al externo. Esta dinámica es intuida por los destinatarios y las mediaciones comerciales.

“La comunicación interna favorece el funcionamiento y el éxito de una institución por que fomenta el espíritu de equipo; desarrolla la atmósfera de trabajo, favorece la circulación de información valiosa; cohesiona y reduce las posibilidades de un conflicto, favorece la creatividad y hace que cada empleado sea consciente de su lugar en el conjunto de la aportación que él hace a la empresa o institución sin animo de lucro. Se podría afirmar que la comunicación interna da vida a un proyecto institucional y lo continúa en el tiempo, ya que es uno de los principales agentes creadores y transformadores de la cultura de la organización”.<sup>16</sup>

Esta forma de comunicación interna ayuda a mejorar la calidad de las relaciones, las personas se sienten bien, son proactivas y desarrollan más su potencial humano; esto hace que la misión de la empresa se realice y responda a unos desafíos reales.

La comunicación se torna circular y va dentro de un sistema abierto, en el cual la comunicación interna tiene su repercusión con la sociedad de la cual recibe influencia.

“Los esquemas de comunicación internos y externos de una organización no podemos considerarlos absolutamente independientes, por eso es útil el modelo integrativo de la

---

<sup>16</sup> J.M. LA PORTE, *Entusiasmar...*, 42.

comunicación en las organizaciones, donde se pone énfasis en la necesidad de alcanzar un equilibrio entre los canales de comunicación internos y externos para que se produzca la adaptación en la organización”<sup>17</sup>.

No hay en la empresa ninguna otra actividad que sea transversal, como la comunicación. Ni ningún proceso que no esté atravesado por ella. Sólo la comunicación es, al mismo tiempo, estratégica, conductora de la acción, instrumental y generadora de valores <sup>18</sup>.

La misma dinámica corporativa va involucrando todos los miembros de la organización incluyendo las directivas, las diversas áreas de la organización y de la coordinación.

Como lo define Joan Costa:

“Solo la energía comunicativa recorriendo el sistema nervioso de la organización podría re-unir la unidad esencial de la empresa como lugar de encuentro y acción humana, como organismo vivo indivisible que piensa, actúa, genera y cultiva nexos de relación y produce, materia, energía e información”<sup>19</sup>.

Desde esta visión la empresa se transforma y se modifica quedando su misión fundamental de diseñar, organizar, concebir y gestionar la comunicaciones en su diversidad de objetivos y de técnicas a través de programas específicos.

Hna. Luz Marina Plata fsp  
Seminario virtual  
Comunicación organizacional  
Pontificia Universidad Gregoriana (P.U.G)  
[www.seminariovirtual.org](http://www.seminariovirtual.org)

---

<sup>17</sup> A.L. MARIN, *La comunicación en la empresa...*, 164.

<sup>18</sup> Cf. J. COSTA, *La comunicación en acción*, Ediciones Paidós, España 1999, 131-133.

<sup>19</sup> J. COSTA, *Master Dircom*, Grupo Editorial Design, la Paz 2005, 15.