

LA COMUNICACIÓN RITUAL COMO MECANISMO DE SOCIALIZACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES: IDENTIDAD Y REGULACIÓN¹

Alejandra Elizabeth Urbiola Solís² y Angel Wilhelm Vázquez G.³

Resumen

La comunicación ritual se utiliza en contextos particulares dentro de una organización y tiene como objetivo el desarrollar espacios para crear consensos y fomentar la identidad organizacional. Su estudio permite comprender el proceso de socialización y construcción de la realidad organizacional compartida.

Palabras clave

Comunicación organizacional, identidad organizacional, ceremonias, rituales, significados comunes, construcción simbólica, interacción social, cultura organizacional

Abstract

The ritual communication is used in particular contexts within an organization and aims to create forums to build consensus and promote organizational identity. Their study provides insight into the socialization process and construction of shared organizational reality.

Key words: organizational communication, organizational identity, ceremonies, rituals common meanings, symbolic construction, social interaction, organizational culture.

La comunicación ritual como mecanismo de socialización en las organizaciones: identidad y regulación

Introducción

El proceso de socialización al interior de las organizaciones puede adquirir distintas vetas y es factible de ser abordado desde una perspectiva analítica. Los trabajos sobre cultura organizacional pueden incluir el estudio de los procesos identitarios entre los individuos en una organización. Dependiendo del nivel jerárquico de éstos, las relaciones que mantienen entre sí pueden variar, es decir, no son tan predecibles o lineales, ya sea que se encuentren enmarcadas en una estructura formal o informal (Mayo, 1972, Roethlisberger y Dickson, 1966, Merton, 2002). Al analizarlas bajo la perspectiva de la antropología ocupacional (Barba y Solís, 1996), se abre la pauta para reconocer la importancia que juegan los rituales como mecanismos de socialización, delimitación de funciones y conformación de roles entre los miembros de la organización (Díaz, 1998).

Comprender los actos sociales dentro de una organización, implica el análisis de las normas de comportamiento, las estructuras de poder y el estatus, en conjunto con una serie de expectativas con respecto a los roles y la actuación de los individuos. A nivel colectivo, es posible conocer los acontecimientos clave que conforman la dinámica de toda organización. El objetivo del presente texto es discutir la comunicación ritual desde dos aristas analíticas: como parte de la socialización al interior de las organizaciones y como un elemento simbólico que otorga identidad a los miembros de una organización. En un primer momento se discutirá la importancia de las interacciones sociales dentro de los espacios sociales y su relación con las formas de transmisión de comportamientos esperados. Posteriormente, se analiza el papel de la comunicación ritual como parte de la cultura de las organizaciones para concluir con una serie de reflexiones en torno a la construcción de la identidad organizacional en un contexto ritual.

1. Las interacciones sociales y el lenguaje ritual

Para comprender la lógica de las interacciones simbólicas varios autores comienzan por analizar el espacio social en el que los individuos interactúan o socializan (Potter, 1998; Berger y Luckman, 1997). Los individuos manifiestan sus intenciones y capacidades para comunicar lo que socialmente es aceptado en la cotidianeidad. En este concepto quedan incluidos los significados que contemplan las interacciones verbales y no verbales. La interacción entre individuos incluye la transmisión simbólica de contenidos en un marco o grupo de información que es producto de la organización en conjunto, es decir, los individuos no están aislados, existe siempre la interacción.

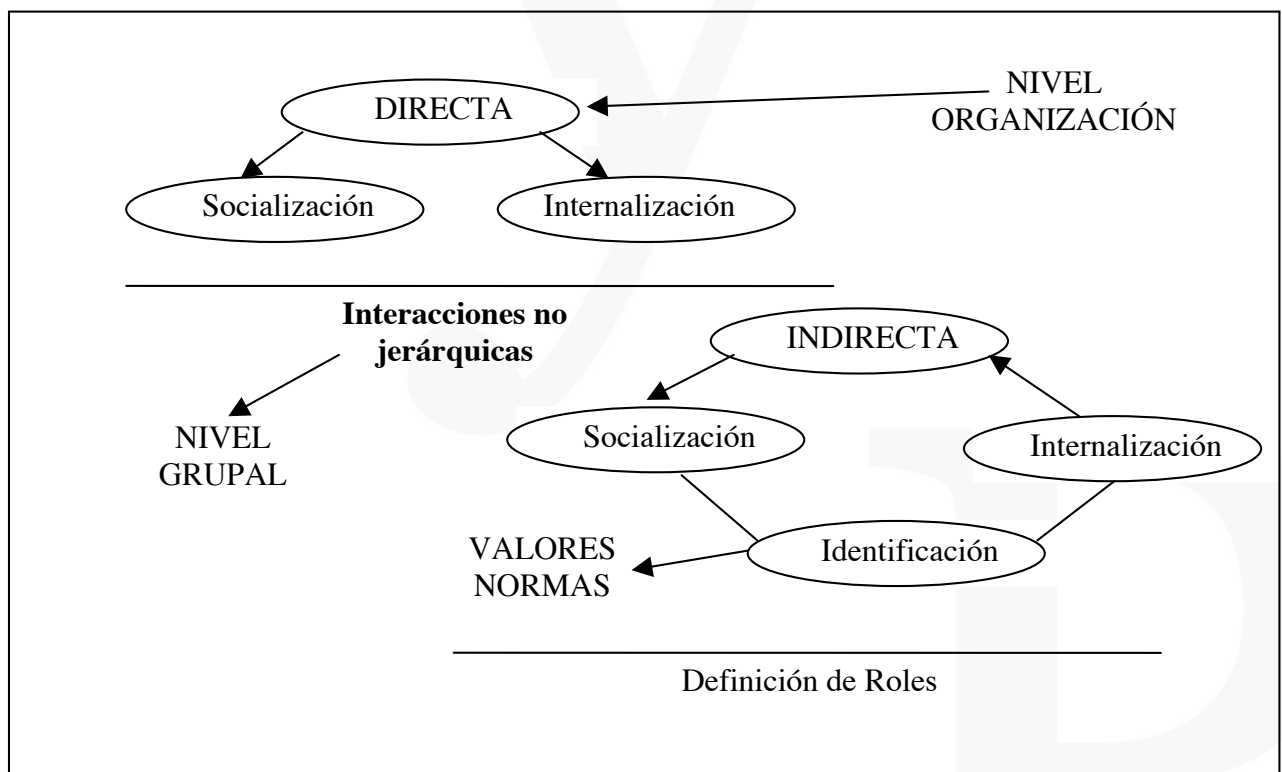
Uno de los puntos más importantes a discutir en este contexto, es la forma que adquiere la construcción de la identidad organizacional a la luz de la cotidianeidad. Para los miembros de una organización, directivos, mandos medios y operarios, los valores y creencias compartidas forman parte del proceso de socialización al que son expuestos en el transcurso de su actividad laboral. Sobre el qué decir, el cómo decirlo, en qué momento hacerlo, qué tipo de entonación utilizar y cuáles gestos e intenciones mostrar en determinadas situaciones o escenarios son elementos que se aprenden y practican constantemente dentro del trabajo. Aunado al código de conducta, existe también un sistema de comunicación donde se va conformando y reconfigurando el clima laboral. Por lo tanto, la socialización estructurada, entendida como vehículo de comunicación preestablecido en la organización, tiene efectos directos sobre la forma como se relacionan los miembros al interior de una organización sin importar su nivel jerárquico.

En cuanto a la definición de los grupos “formales” o “informales” dentro de la organización, se podría plantear que a partir de la construcción de la identidad surgen elementos que expresan polifonía organizacional. Esto coadyuva al abandono clásico de la informalidad que se discute desde la Teoría de la Organización, como la expresión natural o contraparte de la formalidad. Los grupos informales con identidades compartidas son productos también de procesos de interacción social donde la comunicación ritual desarrolla un sentido a partir del quién se relaciona con el otro, en función de las normas establecidas. De acuerdo con Ashforth y Mael (2004), las

categorías sociales al margen de la estructura formal, se localizan y determinan por cómo se definen por sí mismos los individuos en comparación con su grado de integración dentro de la organización.

Tal y como queda ilustrado en el diagrama 1, se pueden distinguir dos formas de establecer interacciones dentro de una organización. En primer lugar, a un nivel muy general, las normas y reglas formales proveen los lineamientos directos para determinar quien posee líneas de autoridad. El seguimiento de la normatividad representa para el individuo una regulación que se internaliza, no sólo con un manual o reglamento. A la par, existe una estructuración indirecta, en el día a día con grupos que no necesariamente se encuentran integrados por un mismo nivel jerárquico. La existencia de un comportamiento esperado se complementa con la construcción del “deber ser”.

Diagrama 1. La socialización en las organizaciones como vehículo de comunicación



Elaboración propia con base en Ashforth y Mael (2004).

Así, los mecanismos formales de identificación del individuo con la organización deberían traducirse por ejemplo, en sentimientos de lealtad y compromiso en el desempeño laboral, sin embargo esto no ocurre así. La solidaridad, las resistencias y las lealtades se recrean y solidifican en los rituales en tanto formas actuadas de significado, que posibilitan que los individuos enmarquen, negocien y articulen su existencia como seres sociales y culturales (McLaren, 1995). Si bien la socialización organizacional implica en diferentes grados la internalización de ciertos valores y creencias, dentro de un ritual, un individuo acepta y adopta como propios, los mecanismos que se expresan y comunican dentro de las prácticas del grupo donde participa de manera activa o pasiva.

Para entender cómo opera la comunicación ritual a nivel individual es necesario analizar el proceso de institucionalización que ocurre al interior de las organizaciones (Berger y Luckman, 1997). La conducta tipificada (tipo/actor) en un ritual aparece y llega a convertirse en hábito una vez que existe la reciprocidad de acciones entre los participantes. Es de vital importancia dicho proceso para lograr la creación y perpetuación de los grupos sociales que la promueven, ya que una vez lograda su institucionalización, existe una habituación del ritual. Esta conducta se refuerza haciendo uso de la repetición de la pauta de comportamiento que exige o contiene la acción ritual; una acción puede ejecutarse de la misma manera una vez lograda la objetivación del acto ritual donde se participa.

El conocimiento se generaliza y forma parte de la realidad del individuo con respecto al grupo social con el que interactúa, es decir, la “realidad” es subjetiva pero concreta en cuanto a qué hacer y cómo hacerlo para el grupo al que se pertenece. Este proceso no concluiría sin la sedimentación, mecanismo a través del cual se logra socializar, mediante sistemas de signos, una abstracción que ahora se comparte. Se vuelve accesible a la comunidad organizacional y sólo de esta manera existe la posibilidad de que las experiencias se transmitan de una generación a otra y de una colectividad a otra. Significa también un espacio de comunicación para la construcción de consensos y crítica al interior de las organizaciones.

1.1 El lenguaje ritual

La comunicación consiste en intercambios de mensajes donde la interpretación, la reflexión y el otorgar sentido al mensaje son importantes. Los componentes básicos de la comunicación reciben un peso distinto, según el énfasis y/o el enfoque teórico que el investigador utilice; el mensaje, el canal, el receptor/emisor, la transmisión, el significado, la respuesta, el proceso de codificación/decodificación y los efectos de comunicación pueden abordarse desde diferentes perspectivas (Jablin, Putnam, 1987, Trenholm, 2001).

El lenguaje ritual es aquel que se utiliza en contextos particulares o situaciones especiales dentro de una organización y que tiene como fin el desarrollar espacios para consensos (Urbiola, 2004). Cuando se arriba a un consenso es sólo a través de participar en procesos de comunicación que permiten construir acuerdos tengan o no éstos un referente objetivo. Esto quiere decir, que aún en condiciones donde no es posible establecer una relación directa entre la realidad y los eventos sobre los cuales se tiene una percepción dada, el grupo lo acuerda con consenso como algo real. Un ejemplo serían las sagas o historias organizacionales donde a través de la comunicación se logra la convergencia simbólica de contenidos entre los participantes. Tanto las narraciones, las historias, las sagas, las fábulas y las leyendas, son elementos que ayudan a la construcción de la realidad organizacional y constituyen parte de la identidad entre los miembros del grupo que los comparte. A través del estudio de la comunicación ritual puede comprenderse cómo dentro de un grupo social se construyen conversaciones que apuntan a una convergencia simbólica. Esta convergencia se expresa no sólo en los contenidos de las historias, sino también fortalece la identidad organizacional y propone conductas concretas o “ideales” a los individuos dentro de la organización.

En cuanto al desarrollo del lenguaje ritual, Bormann (1983) señala que los individuos desarrollan historias comunes porque de esa manera pueden manejar en forma adecuada la incertidumbre. A partir de un proceso de comunicación al que el autor llama “fantasías”, es como se logran construir las historias, las fábulas e inclusive las bromas que dan sentido a todo aquello que aparentemente no lo tiene. Cuando éstas se

reproducen, generalmente tienen una estructura ritual que se expresa en el uso de ciertas palabras o frases, dentro de los esquemas que conforman el acto ritual. Durante éste es posible que los individuos y el grupo arriben a lo que Bormann (1983) llama *convergencia simbólica*. Este proceso ocurre gracias a los procesos de comunicación previos a los actos rituales y a la interacción social que ocurre de manera formal e informal en las organizaciones y puede explicar cómo ciertas creencias o ideas sobre la cotidianidad organizacional se construyen y ritualizan posteriormente al analizar las conversaciones, su estructura, el uso de ciertas palabras y los significados para los miembros del grupo.

Con respecto al lenguaje ritual, Díaz (1998) señala que además del lenguaje existen otros elementos que debemos considerar. Siguiendo a Malinowski (1948) las celebraciones mágicas poseen tres características: el lenguaje estructurado o conjuro (la fórmula); el rito (la estructura o guía) y la condición social del ejecutante (el status y el poder). Con respecto al lenguaje estructurado y al rito o estructura preestablecida a seguir en la ceremonia ritual hay que analizar el lenguaje por un lado, y por el otro, el hacer, o la conducta que se observa durante la celebración. Ambos elementos son importantes en las celebraciones mágicas y son parte de la cultura corporativa de cualquier organización. Además de estos dos elementos, habría que agregar los sonidos, los silencios, los artefactos, y en particular los guiones en el lenguaje ritual.

Dentro de la antropología, fue precisamente Malinowski (1948) el primero en llamar la atención sobre la importancia indudable del lenguaje dentro del rito (Sidorova, 2000), de tal forma que se aceptó que las palabras en los contextos ceremoniales y de rito podían tener significados compartidos entre los participantes. Tal y como se observa, al interior de las organizaciones se crean mecanismos de identificación que rebasan estrictamente a las personas y que se expresan en roles y conductas preestablecidas con lenguajes particulares según el rol o jerarquía dentro de la organización. Cada uno de ellos aloja una serie de formas de actuación esperadas por los integrantes de toda la organización. La identificación individual se extiende y refuerza sentimientos de lealtad hacia un grupo determinado al intercambiarse contenidos simbólicos en espacios de ritual.

1.2 La identificación social en las organizaciones

Dentro de la realidad organizacional se conforma un marco de representaciones simbólicas, que adquieren un sentido propio en la medida en que son compartidas por los individuos dentro de la organización. La manera en cómo son representados los actos en la organización, propicia modos de pensamiento particular; por los cuales, se expresa la pertenencia de sus integrantes a un mundo social determinado, dibujándose un aspecto general o “dominante” de significados al interior de la organización, pero al mismo tiempo la posibilidad de expresiones polifónicas. De esta manera, en la organización se muestra también una cara multifacética. En este sentido, la comunicación que se desarrolla al interior de la organización, debe entenderse como parte de un sistema simbólico de representaciones que le otorga sentido a las conversaciones y a los roles que se comparten. Este sistema queda definido por los límites que le otorga el grupo y supeditado a su orden y arbitrariedad. La comunicación ritual es un medio de expresión tanto de la propia colectividad, de la organización y de sus grupos. Los actos rituales son construcciones que permiten coherencia y un orden determinado para las acciones del grupo que los ejecuta.

La comunicación ritual es parte de la cultura organizacional. Este concepto abarca no solamente el estudio de los artefactos u objetos que se utilizan en una organización, sino también las ideas y creencias sobre temas comunes, los espacios, los sonidos y por supuesto, el lenguaje. Aparece ligada conceptualmente con la identidad organizacional, y en algunos casos pueden considerarse sinónimos ya que en ambos conceptos se hace referencia a elementos compartidos por los sujetos dentro de la organización; es evidente que existen significados compartidos por los miembros del grupo, interiorizados en forma de esquemas y objetivados en símbolos (Giménez, 2005), y que sin embargo no son sinónimos. La identidad se construye a partir de elementos culturales generales, es decir, es un subconjunto de lo que definimos como “cultura” y que fue durante los años cincuenta asociado a “modelos de comportamiento”, y que ahora ha pasado al campo de lo simbólico (Giménez, 2005).

Cuando se habla de cultura se hace referencia a prácticamente todo lo que no es transmitido genéticamente. Esta definición incluye por lo tanto al lenguaje, elemento simbólico por excelencia, que para ser considerado como parte de un repertorio con un significado cultural debe ser compartido por un grupo (Giménez, 2005). Esas representaciones compartidas se encuentran contextualizadas en un espacio y tiempo determinado, encuentran una forma idónea de expresión en las ceremonias y rituales, donde el lenguaje y la comunicación ocurren siguiendo ciertos patrones preestablecidos con anterioridad, es decir existe una tipificación de acciones habituales por tipos y actores o institucionalización.

2. La construcción de la comunicación ritual como mecanismo de estructuración cultural

Dentro de la organización los elementos culturales a partir de los cuales se “construye” la identidad pueden ser creados para tal propósito, o desarrollados por sus miembros. Esto último requiere de un proceso donde se construyen “puentes” o áreas de consenso en cuanto a significados a través de la comunicación verbal y la interacción (Bormann, 1983; Pepper, 1995). De manera que es factible la construcción de una realidad social común, específicamente a través de la comunicación, proceso que toma un carácter particular cuando se ritualiza o forma parte del ceremonial en la organización. El entorno cultural o materia prima a partir de la cual puede desarrollarse una identidad particular puede ser el resultado de un esfuerzo al interior de la organización.

El análisis de los elementos culturales como “pautas de significados” (Geertz, 1992) propias para el grupo que las construye, implican incluir una perspectiva subjetiva: lo que la organización “es”, frente al análisis clásico de lo que la organización “tiene”, haciendo referencia a elementos de la cultura corporativa (misión, visión). El análisis subjetivo centra a la organización como un producto social o construcción simbólica de sus miembros (Smircich, 1983). Con respecto al lenguaje, su aspecto formal está más relacionado con lo que Jiménez (2005) siguiendo a Thompson (1988) clasifica como formas culturales o Bourdieu (1985) denomina “simbolismo objetivado” frente a un lenguaje que se interioriza en forma de habitus, o esquemas cognitivos interiorizados.⁴

Si se parte del análisis subjetivo de la cultura organizacional, ésta aparece como un sistema de símbolos y significados compartidos en una organización (Geertz, 1992; Smircich, 1983; Pepper, 1995); el análisis de los patrones culturales puede hacerse como si fuesen éstos sistemas organizados de símbolos significantes (Geertz, 1992; Pepper, 1995), haciendo referencia a todo aquello que le da sentido a nuestra conducta y que se expresa culturalmente; para estos autores la cultura permite que la conducta humana no sea solamente un conjunto de actos caóticos sin significado, ya que los patrones culturales proporcionan significados y guían la conducta humana. Para Geertz (1992), las “redes de significado”, deben interpretarse en contextos sociales particulares.

La cultura por un lado identifica, diferencia, pero también cohesiona. La metáfora de “cultura como red” permite entender los procesos de construcción de significados comunes en las creencias, valores y actitudes dominantes en la organización, así como en las formas de expresión tales como metáforas, historias y ceremonias (Pepper, 1995). El concepto alude también a una construcción mental que puede ser posible a través de la comunicación y que el investigador puede describir o interpretar (no explicar); y en tercer lugar, la red de comunicación nos ofrece la posibilidad de estudiar aquello que es relevante para la organización: hechos, prácticas, vocabulario, metáforas, historias, ritos y rituales (Pepper, 1995, Owen, 1996).

La conducta simbólica adquiere un carácter formal en las ceremonias y rituales dentro de la organización; el ritual puede enfocarse hacia su función social dentro de las organizaciones pero también hacia el contenido y el significado del mismo en un contexto particular. A través de los rituales se promueve la integración, la solidaridad y la cohesión entre los miembros de un grupo cultural; al mismo tiempo el ritual es una fuente de significantes y significados, de continua construcción simbólica (Díaz Cruz, 1998).

Los rituales tienen una función y un efecto, por un lado ofrecen guías de comportamiento corporativo y por otro lado dramatizan los valores básicos de la organización (Deal y Kennedy, 1982). La definición clásica de Víctor Turner establece

que el ritual es una “conducta prescrita en ocasiones no dominada por la rutina tecnológica y relacionada con la creencia en seres o fuerzas místicas” (Turner, 1980: 19). El cual requiere de un lenguaje particular, espacio, artefactos y personajes o sujetos que los llevan a cabo. Como acciones representacionales son prácticas simbólicas que refuerzan el doble efecto de la cultura organizacional: diferenciar hacia fuera y otorgar especificidad hacia dentro (Díaz Cruz, 1998; Giménez, 2005).

Las propiedades formales de los rituales incluyen la repetición, un tiempo particular y un espacio especial, la acción de los participantes, el comportamiento o estilización que refiere a las acciones o los símbolos utilizados por participantes y observadores, el orden o los pasos a seguir, las reglas de acción para los participantes, el escenario, la dimensión colectiva o de grupo, el manejo de las emociones y la multimedia. La tipología del ritual desarrollada por Arnold van Gennep (1969), y otros investigadores⁵ incluye el propósito y el tiempo en el que se lleva a cabo el ritual. Una clasificación general puede comenzar con los rituales periódicos o cíclicos, que son los que tienen una fecha especial en el calendario y están relacionados con aspectos culturales importantes para el grupo que los realiza. Analizados durante un periodo de tiempo se observa que tienden a repetirse en determinadas fechas del calendario. Un ritual cíclico dentro de una organización es por ejemplo un curso de inducción para los recién llegados, el proceso de inscripción en una escuela o de selección de personal.

Un segundo tipo de rituales son los ritos de paso, realizados cuando se registran cambios en la vida de los individuos o en los diferentes estadios por los que atraviesan en una organización. Un ejemplo de un ritual de pasaje puede ser un ascenso o un despido. Por último, se encuentran los rituales de regulación y los rituales reparadores; los primeros son aquellos desarrollados en contextos simbólicos violentos, particularmente importantes en sociedades donde el poder no se encuentra centralizado, los rituales reparadores, tienen por objeto ayudar a los individuos a readaptarse a la sociedad.

Los rituales son importantes en cualquier organización, siempre están presentes y tienen múltiples objetivos: disminuir la tensión derivada de la ambigüedad, indicar qué

comportamiento es el más adecuado, dar a conocer los elementos importantes dentro de la cultura corporativa a los recién llegados, reconocer a los empleados dentro de la organización. Existen reglas no escritas de comunicación dentro de las organizaciones que son aprehendidas por los individuos poco a poco y que se pueden transmitir en los rituales.

Los rituales especifican el qué y el cómo deben hacerse las cosas al interior de la organización: cómo vestirse, quién debe hablar primero, dónde sentarse, cuánto tiempo debe durar un discurso, qué palabras deben decirse y en qué orden; los rituales son guías de comportamiento para los participantes, les indican el tipo de emociones que se permiten, la manera de relacionarse o el status de cada participante, así como el tipo de relaciones permitidas entre los miembros de la organización en función de ese estatus y el poder que cada uno detenta.

El análisis del ritual debe incluir los instrumentos utilizados, el área donde se desarrolla y el lenguaje utilizado. La identidad juega un papel muy importante, ya que los actores en un contexto ritual y ceremonial no repiten en forma mecánica los textos o las acciones, sino que se apropian de determinados repertorios culturales que los hacen diferentes y los definen al mismo tiempo. Similares a los hábitos, los rituales deben ser diferenciados, ya que de esa forma puede establecerse que dentro del contexto ritual los actores tienen una participación activa, un rol –definido en el ritual- que implica cierto grado comunicación y conciencia.

Los aspectos de conciencia sobre las acciones realizadas y la comunicación necesaria para transmitir el mensaje. En cuanto a lo primero, la acción ritual aunque repetitiva tiene como fin el desarrollar los elementos de identidad en los miembros de la organización. El concepto de identidad no es relativo a la organización como un todo sino a los individuos que la componen, surge pues, como afirma Giménez (2005) a partir de los sujetos individuales dotados de conciencia y psicología propias, que posteriormente, en procesos de comunicación y “convergencia simbólica” les permite llegar a compartir contenidos simbólicos similares.

2.1 Los rituales como mecanismos de estructuración cultural

Las interacciones sociales proveen un marco de acción determinado, a la luz de la cultura, se comprenden cómo operan coaliciones y alianzas organizacionales. Las primeras entendidas entre niveles jerárquicos diferentes –jefes y subordinados-, mientras que las alianzas se establecen entre iguales. Las organizaciones tienen muchas características que las mueven hacia la acción coordinada, particularmente estructuras del control y procedimientos de funcionamiento de estándar jerárquicos.

Esta perspectiva incorpora la ambigüedad como factor principal en el análisis de la cultura. Mediante el enfoque del nexo, se visualizan los límites de las subculturas como permeables y fluctuantes, en respuesta a los cambios ambientales de las culturas alimentadoras. En un ambiente de ambigüedad, caracterizado por interacciones complejas entre actores, soluciones, problemas y oportunidades de decisión, la más simple fuente de orden es el tiempo y la introducción de información que requiere un procesamiento nuevo, una reconfiguración respecto a los patrones de interacción social (Vázquez, 2007). Por lo tanto, las actividades pueden ordenarse por tiempo y conectarse por sus relaciones temporales, pero los eventos que ocurren al mismo tiempo, están asociados unos con otros y aquellos que son distantes en el tiempo, se tratan como lejanos en su conexión. Cuando existe ambigüedad, es difícil que opere el análisis dicotómico.

Las organizaciones tienen características que las mueven hacia la acción coordinada, particularmente estructuras del control y procedimientos de funcionamiento de estándar jerárquicos, aunque en el fondo existe una tendencia hacia el acoplamiento flojo (Weick, 1976). Alrededor de los rituales, existe una dificultad para distinguir con claridad el grado de involucramiento de los participantes. Bajo el lente de las anarquías organizadas (March, 1994) se puede enfatizar la dificultad de establecer una relación adecuada entre fines y medios, debido a que ambos están conformados de manera ambigua y múltiple, la vinculación formal de los individuos queda rebasada para evidenciar el carácter parcial de la racionalidad como motor de la acción organizada, y

retoma la importancia de los rituales y su comunicación como parte de las formas explicativas de la organización.

Reflexiones finales

Cabe preguntarse si el lenguaje ritual, los conjuros o proyectiles verbales como fueron denominados por Malinowski (Díaz, 1998), tienen un significado para los ejecutantes o aparecen como elementos que no tienen sentido aparente y forman parte de acciones repetitivas. Si consideramos que la identidad organizacional supone un proceso subjetivo donde el individuo, define sus diferencias y establece sus semejanzas con el grupo con el que comparte, aparece un repertorio cultural donde el lenguaje ritual debe tener no sólo un conjunto de significantes, sino un significado para ese individuo y para el grupo con el que lo comparte. Los decires en los rituales tienen un poder mágico, expresado no sólo por las palabras en forma hueca, -las jitanjáforas- sino porque refieren algo a los participantes. La comunicación es un proceso de creación, mantenimiento y transformación de significados. La interpretación a través de nuestro propio bagaje cultural y de conocimiento de lo simbólico (propio de nuestro grupo social) es muy importante.

Ahora bien, la comunicación organizacional es un proceso que posibilita la construcción de significados comunes y consenso pero que también incluye la posibilidad de encontrar fragmentación y ruptura o un margen amplio para la interpretación (Reygadas, 2000; Owen, 1996), es decir, se debe reconocer que la organización está inserta en una dinámica social y cultural que también la define: los elementos de la cultura local, regional y nacional por ejemplo y los roles o posiciones que dentro de la estructura social tienen los distintos actores. Esta fragmentación puede expresarse en el hecho de encontrar no sólo una cultura dominante al interior de una organización, sino también subculturas o grupos que pueden ser marginales pero que adquieren, en ciertos momentos clave de la vida cotidiana de la organización, una presencia más grande que su ausencia.

Bibliografía

Ashforth, B. y Mael, F. "Social identity theory and the organization", en Mary Jo Hatch y Majken Schultz [Eds.] (2004). *Organizational Identity*. USA: Oxford University Press.

Barba, A. y Solís, P. (1996), *Cultura en las Organizaciones. Enfoques y Metáforas de los Estudios Organizacionales*. México: Vertiente.

Berger, P., y Luckmann, T. (1997), *La construcción social de la Realidad*. Argentina: Amorrortu.

Bourdieu, P. "Dialogue à propos de l'histoire culturelle", en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. N° 59, 1985, France.

Bormann, E. "Symbolic Convergence. Organizational Communication and Cultura". En *Communication and Organizations. An interpretive approach*. USA:SAGE, 1983

Deal, E. y Kennedy A. (1982). *Corporate Culture. The rites and rituals of corporate life*. USA: Addison-Wesley.

Díaz, R. (1998). *Archipiélago de rituales. Teorías antropológicas del Ritual*. México: Anthropos. UAM-Iztapalapa.

Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Giménez, G. "La cultura como identidad y la identidad como cultura" Página personal de Gilberto Jiménez. Disponible en: <http://www.gimenez.com.mx/> Fecha de consulta: 15 de abril de 2008.

Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Jablin, F. Putnam, L. et al. (1987). *Handbook of Organizational Communication. An interdisciplinary Perspective*. USA: SAGE.

March, J. "Ambiguity and Interpretation". En March, J. (1994). *A primer on Decision Making*. New York: The Free Press.

Mayo, E. (1972). *Problemas humanos de una civilización industrial*. Buenos Aires: Nueva Visión.

McLaren, P. (1995). *La escuela como una performance ritual*. México: Siglo XXI.

Merton, R. (2002). *Teoría y estructuras sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.

Owen, J. M. (1996). *Studying Organizational symbolism: What, How, Why*. USA:SAGE.

Parson, T., et. al (1953). *Apuntes sobre la teoría en acción*. Buenos Aires: Amorrortu.

Pepper, L. G. (1995). *Communicating in Organizations. A Cultural Approach*. Singapore: Mc Graw-Hill.

Potter, Jonathan (1998). *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Barcelona: Paidós.

Reygadas, L. "De la conciencia de clase a la business anthropology: los estudios sobre cultura y trabajo en México". En *Inventario antropológico. Anuario de la Antropología Mexicana*. Vol 6, 2000, México: UAM-I.

Roethlisberger, F.J., y Dickson, W. (1966). *Management and the worker*. Cambridge: Harvard University Press.

Sidorova, K. "Lenguaje ritual. Los usos de la comunicación verbal en los contextos rituales y ceremoniales". En *Alteridades*, 10 (20), 2000, México:UAMI.

Smircich, L. "Concepts of culture and organizational analysis". En. *Administrative Science Quaterly*, Vol. 28 No. 3, 1983, USA: SAGE.

----- "Studying organizations as cultures", en Gareth M. (1983). *Beyond Method*. USA: SAGE.

Stanfield, T. "Ritual, Ritualized Behavior and Habit of: refinements and extensions of the consumption ritual construct". En *Consumer Research*, Vol. 17, 1990. Disponible en <http://gentleye.com/research/cb/acr1990.html>

Turner, V. (1980). *La selva de los símbolos*. Madrid. Siglo XXI.

Thompson, J. (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco.

Trenholm, S. (2001). *Thinking through Communication. An Introduction to the Study of Human Communication*. USA:Allyn and Bacon.

Urbiola, A. (2004). *Cultura y Comunicación en Organizaciones de Ahorro y Crédito Popular, un caso de Institucionalización de Mitos Racionales y Convergencia Simbólica*. Tesis doctoral, Estudios Organizacionales, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.

----- y Lara, G. "Rituales en cooperativas de ahorro y crédito mexicanas", *Revista uniRcoop*. Vol , #1, 2007. Canadá: IRECUS, Sherbrooke

Vázquez, A. "Patrones de interacción en una organización totalitaria. Relaciones entre personal operativo e internos del Reclusorio Preventivo Varonil", en Rendón, M.

(2007). [coord.]. *Organización y Cultura. Tradición, poder y modernidad en México*, México: UAM-I.

Weick, K. “Educational Organizations as Loosely Coupled Systems”. En *Administrative Science Quarterly*, N° 1, vol.21, 1996, pp. 1-19.

¹ Una versión preliminar fue presentada en el V Congreso Internacional de Análisis Organizacional: perspectivas multidisciplinares en análisis organizacional: complejidad, ambigüedad y subjetividad. Nuevo Vallarta, Nayarit, México. Noviembre 2008

² Doctora en Estudios Organizacionales, Profesora de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ), Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Correo electrónico: alexurbiola@hotmail.com

³ Doctor en Estudios Organizacionales, Profesor del Departamento de Economía de la UAM Iztapalapa, y profesor invitado del Doctorado en Administración de la UAQ,. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Correo electrónico: tresextremos@gmail.com

⁴ En el concepto de *habitus* se localiza la noción mediadora entre estructura y acción; lo cual evoca que un hecho social posee una doble característica. Por un lado, las estructuras sociales externas, o cosas y por el otro, las estructuras internalizadas, hecho cuerpo. En este sentido no se puede perder de vista, el tipo de articulaciones entre estas dos condiciones. La generación de determinados *habitus* se encuentran inculcados a partir de lo social, existe por lo tanto una producción de productores de prácticas y sujetos.

⁵ Entre los que figuran Víctor Turner, Max Gluckman, Edmund Leach y Clifford Geertz