

Comunicación y organización: rompiendo paradigmas en un entorno 3.0

Communication and organizations: breaking paradigms in a 3.0 environment

Rosa Margarita ZUMBA Córdova [1](#); Rosa Inés CARRASCO Reyes [2](#)

Recibido: 24/07/2017 • Aprobado: 23/08/2017

Contenido

- [1. Introducción](#)
 - [2. Metodología](#)
 - [3. Una mirada a la organización tradicional](#)
 - [4. De la Organización tradicional a la Organización 3.0](#)
 - [5. Resultados](#)
 - [6. Conclusiones](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

El artículo establece un contraste entre las concepciones de la organización tradicional versus las tendencias actuales de organización centradas en el ser humano y sus experiencias conocidas como Organizaciones 3.0 en las cuales prevalecen las formas de comunicación abierta y sus conexiones a través del crowdsourcing. La revisión de la literatura demuestra que aunque los modelos de organización cambien, la importancia de la comunicación constituye un eje de acción que se mantiene, siendo solamente los medios y herramientas los que han sufrido impacto en esta transformación.

Palabras clave: Comunicación organizacional, organizaciones, organizaciones 3.0

ABSTRACT:

This article contrasts the conceptions about traditional organizations versus current organizations' trends which are human centered and are known as 3.0 Organizations on which new ways of communication and connection through crowdsourcing. Literature review shows that even the models of organization have changed; the importance of communication becomes an action core, being just the media and tools, which have had an impact on this transformation.

Key words: Organizational communication, organizations, 3.0 organizations

1. Introducción

El término 3.0 ha cobrado notoriedad en los últimos años, la evolución de lo tradicional hacia comunidades más interconectadas han repercutido en el uso de dicho término no solamente en

el ámbito tecnológico sino en ambientes diversos. La expresión 3.0 fue utilizada primeramente por (Zeldman, 2008) y se refiere a la evolución de la interacción de las personas en la web facilitando el acceso a la información y creación de contenidos.

El artículo propone una revisión de las organizaciones desde una mirada tradicional para posteriormente describir cómo ha evolucionado su estructura a causa de la aparición de nuevas tecnologías del entorno recalcando la importancia de la comunicación para lograr un efectivo flujo de la información dentro de las organizaciones.

Se busca a través del análisis de la literatura identificar diferencias entre la organización tradicional y las organizaciones actuales en las que nuevos actores externos y ubicuos entran a formar parte de los canales de comunicación de la organización.

2. Metodología

Se presenta un estudio cualitativo descriptivo de base documental sobre fuentes secundarias, se realizó una revisión de la bibliografía referente a la comunicación en el entorno de las organizaciones y publicaciones sobre el concepto 3.0

3. Una mirada a la organización tradicional

Entre las diferentes formas de abordar el tema sobre la Organización un punto de inicio puede ser las reflexiones teóricas y paradigmáticas. Múltiples tipologías han surgido dejando concepto polisémico sobre el tema, pues diversos autores trazan un corpus del objeto de estudio y tal si bien ha recibido influencias del positivismo junto con la complejidad y la hermenéutica como algunos de los paradigmas donde toma fuerza. La organización como fenómeno se torna cambiante a causa de la relación con la sociedad, debido que avanza causando efecto de transformación, de ahí que para algunos es un sistema como en el caso de Katz y Kahn (1986), Pérez (como se citó en Irene Trelles Rodríguez & MiriamRodríguez Betancourt, s.f.) y Lucas (1997); y, socio-técnico para Ibáñez(Ibáñez, 2017), Elías y José Mascaray (2003)y DonalKingdon (1983)

A pesar de la diversidad conceptual todos los autores convergen a manera general en tipos, estructura, integración de elementos, así como el involucramiento de metas y objetivos. Según Katz y Kahn (1986) mediante la teoría del sistema y de la teoría de la organización en su modelo resaltó los ciclos repetitivos y el efecto en un ambiente inmediato, ya que lo valorable es el resultado de toda la interacción de las partes, no de partes aisladas.

Bajo la misma visión Pérez (Irene Trelles Rodríguez & MiriamRodríguez Betancourt, s.f.) mencionó la coordinación de todos los recursos existentes dentro de la organización, sin embargo, Lucas (1997) ponderó el modo de integración y la relación entre los recursos, a decir de este último autor es imperante la forma en que se establecen y relacionan los recursos¹y las actividades productivas y organizadas, y así, sobreponer la percepción de la organización como sistema, llegado a este punto, surge la interrogante de porqué, de ahí que autores como el austríaco Ludwig Von Bertalanffy(1968) que estudia la teoría general del sistema expresó a la organización como el "conjunto de elementos en interacción"; al respecto Joknson, Kast y Rosenzweig citado en (Faria, 1983) señalaron "un todo complejo y organizado: una reunión o combinación de cosas o partes que forman un todo complejo y unitario"(p. 11). En espacio reflexivo se aboga la discusión dado que el estudio de relaciones de los elementos que constituyen un conjunto y el efecto de su interacción es lo determinante en todo sistema.

4. De la Organización tradicional a la Organización 3.0

Si bien es cierto que para que la organización sea organización debe adaptarse a cambios y enmarcar no sólo cambios estructurales y de visión, sino también, según Lucas (1997) de

las redes de individuos, pues lo espacial y temporal recae sobre los individuos.

Ahora bien, si la organización como sistema está relacionado a los cambios que produzca cualquier elemento no deja de ser (sistema) distinto, pues, aunque un elemento concreto cause cambios en el sistema se deberá analizar sus posibles variaciones, en este contexto se debe destacar la inclusión del subsistema de la organización a fin de que las consecuencias no sean desagradables u opuesto a lo deseado. Este sistema abierto (organización) se suma al resultante supra sistema que es la sociedad (Elías & Mascaray, 2003a).

Como parte de dicha adaptación aquellos modelos de organización concebidos en el pasado se encuentran en condiciones muy distintas a las actuales ya que debieron responder a los desafíos sociales, económicos y de innovación del siglo XXI. La tecnología, capacitación y profesionalización de las personas genera nuevos recursos y posibilidades revelando que el centro de la acción de la organización se basa en el ser humano (Zapata, 2015) lo cual ha dado paso a la actual Organización 3.0

(Hall, 1983) Percibía ya esta tendencia al afirmar que las organizaciones son un agente de cambio dentro de la sociedad, lo cual se demuestra al ejercer liderazgo y causando en ellos un impacto positivo dentro y fuera de la empresa, del mismo modo son agentes de cambio cuando asumen la responsabilidad social y ecológica que tienen con el medio ambiente, trabajan de manera sostenible, valoran la cultura local donde se desenvuelven y promueven el desarrollo social y económico dentro de un marco legal adecuado.

De allí que planteemos las principales diferencias entre la organización tradicional 1.0 y la 3.0. La organización 1.0 podríamos definirla como una organización jerárquica donde podría prevalecer la burocracia, rigidez, diseños top-down, localización centralizada y políticas demasiado complejas mientras que el nuevo modelo de organización se presenta como una organización plana, ágil, flexible con una estructura Bottom-Up (de abajo a arriba), en la cual existe un mayor uso de tecnología por los usuarios y las fronteras son abiertas.

El entorno de la web 3.0 como contexto se traduce en organizaciones inteligentes capaces de aprender de forma colaborativa. El intercambio entre empleados y clientes genera nuevos medios de comunicación directa siendo los clientes los principales proveedores de nuevas soluciones en una especie de *crowdsourcing* de información y contenidos. El término *crowdsourcing* se refiere a la oportunidad que se brinda a los clientes actuales o potenciales de participar de forma voluntaria en la toma de decisiones o aportar contenidos e ideas a las organizaciones. La organización 3.0 es móvil e ubicua, sus miembros pueden estar en cualquier lugar y generar cadenas híbridas de valor.

5. Resultados

(Degot, 1988) considera que la comunicación juega un rol fundamental dentro del progreso de la organización pues es vital que los anuncios o comunicados lleguen a su destino final con el mínimo de alteración posible, la comunicación es la herramienta gracias a la cual se puede descifrar, entender, reproducir y cambiar el significado de las cosas, por otro lado (Hersey, Blanchard, & Johnson, 1998) añaden que una comunicación efectiva dentro de la organización va mucho más allá de solamente recibir y reproducir un mensaje pues implica mostrar interés en el tema a tratar para comprender el mismo y no solo para alcanzar una posición dentro de la empresa sino para ejercer la misma de la mejor forma posible, mejorando la productividad con las personas que pertenecen a la organización.

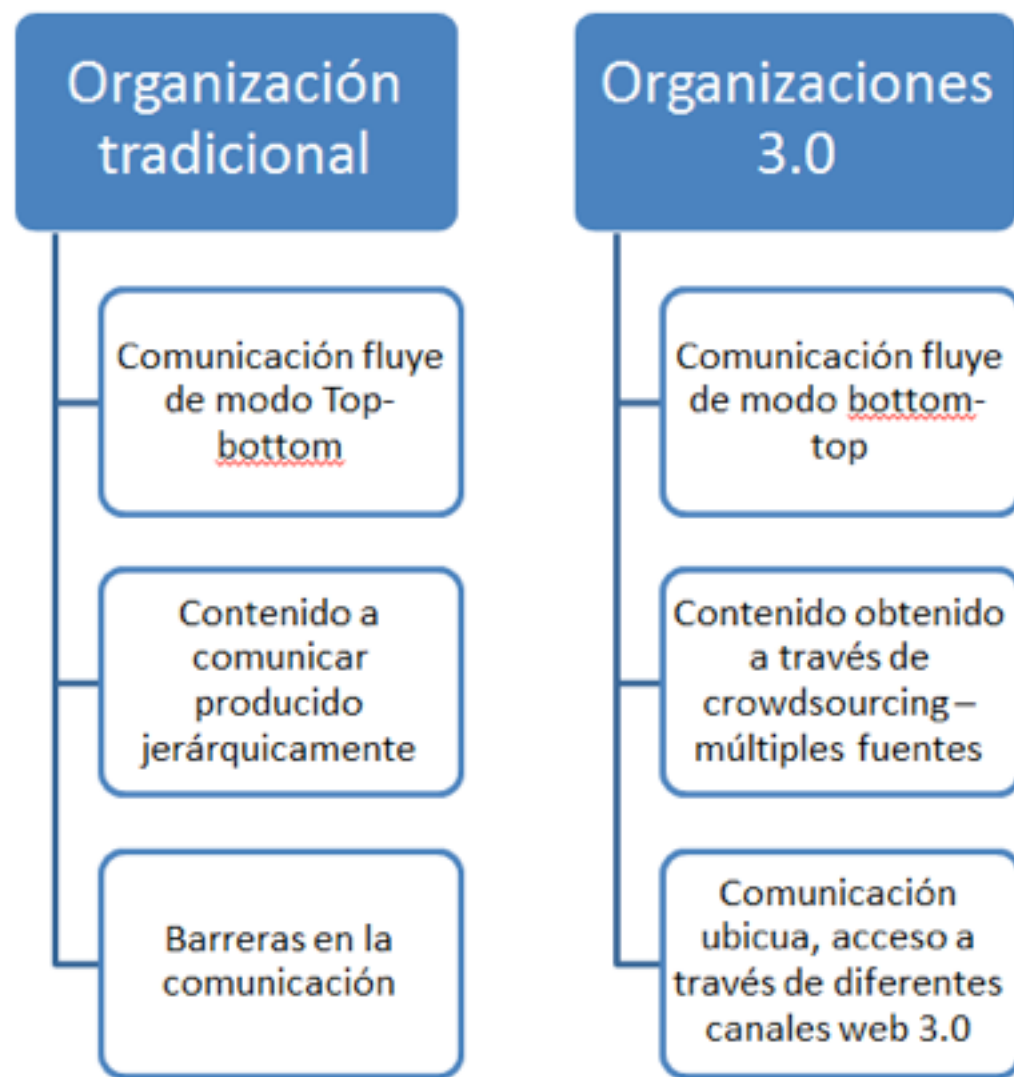
La necesidad de las empresas de tener una buena comunicación con su equipo y asegurarse de que la información circule de manera adecuada fue tomando reconocimiento desde la década de los 90 pues se la comenzó a considerar como "una red que se teje entre los elementos de una organización" (Katz & Khan, 1966), o "el sistema nervioso de la empresa" (Puchol, 1997). Ambos autores destacan la importancia del correcto gestionamiento de este recurso dentro de los negocios.

El flujo de la comunicación en los diferentes niveles jerárquicos permite que haya la

retroalimentación necesaria para realizar las mejoras que sean requeridas, fomenta el sentido de pertenencia y participación del personal y hace que los subordinados se sienten motivados a expresar sus ideas, la comunicación se torna un agente de motivación y desarrollo personal. (Chruden & Sherman, 1986). Otras de las ventajas que genera una correcta comunicación interna tanto para la organización como tal y para los miembros que la integran es que contribuye a la mejora de la calidad de vida dentro del lugar de trabajo, incrementa la productividad y mejora de forma indescriptible el ambiente laboral. Permite a la organización mantener la relación de sus distintas partes, de los subsistemas que la componen (Katz & Khan, 1966) incluso favorece la inserción de nuevos valores que conducen el desarrollo organizacional.

Una gestión conveniente de comunicación interna permite cubrir las necesidades que se presentan dentro de la entidad y para ello existen diversos tipos de comunicación; comunicación interna descendente, ascendente y horizontal.

El rol de la comunicación en el nuevo contexto organizacional sigue siendo fundamental pero ahora se enfrenta a la presencia de nuevas herramientas y actores, las organizaciones son vistas muy de cerca no sólo por sus colaboradores sino también por sus consumidores, los cuales se convierten en productores, tanto empleados como clientes no tienen reparo en exponer sus quejas o contactar a miembros de toda jerarquía de la organización a través de los medios 3.0, Twitter, Facebook e Instagram, reclamos, quejas, peticiones día tras día se incorporan a la comunicación de la organización. Demandando rápida atención de los departamentos de comunicación de las organizaciones



6. Conclusiones

El rol de la comunicación se define como fundamental en ambos tipos de organizaciones, sin embargo la ubicuidad de las organizaciones 3.0 y la disponibilidad de contactarlas a un click de distancia se traducen en nuevos modos para manejar los canales de comunicación, la comunicación jerárquica va desapareciendo ya que las plataformas tecnológicas disponibles

actualmente derriban las barreras para ser escuchados. Es primordial contar con planes de manejo de medios que permitan un tratamiento correcto de la información generada a través de los canales 3.0 y garantizar la satisfacción de los clientes internos y externos. Son necesarias futuras investigaciones para explorar la experiencia del usuario, sus percepciones sobre el servicio y respuestas ante la comunicación.

Referencias bibliográficas

- Berlo, D. (1984). *Redes de la Comunicación*. Mexico: Editorial Norma.
- Bernard. (1995). *Management and Moral*. ING .
- Calderon, H. (1990). *Manual para la Administración del Proceso de Capacitación* . Mexico: Editorial Diamante.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración* . Mexico: Mc Graw Hill .
- Chruden, & Sherman. (1986). *Administración del Personal*. Mexico: Continental.
- Davenport. (1999). *Ecología de la información; por que la tecnología no es suficiente para lograr el éxito en la era de la información* . Mexico: Oxford University Press.
- Degot. (1988). *La comunicación interna como marketing de los nuevos valores y políticas*. Nueva Empresa.
- Fernandez. (1983). *Psicodiagnóstico V. I. II. & III*. Madrid : UNED.
- Hall, R. (1983). *Organizaciones; estructura y proceso*. Madrid: Editorial Prentice Hall.
- Hersey, P., Blanchard , K., & Johnson , D. (1998). *Administración del comportamiento organizacional* (7ma ed.). Mexico: Prentice Hall.
- Hughes, G. (1986). *Mercadotecnia y Planeación estratégica*. Mexico: Editorial Addison - Wesley Iberoamerica.
- Katz, & Khan. (1966). *The social psychology of organizations*. New York: Jonh Wiley Editorial.
- Kontz, & Donell. (1985). *Administación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Muriel. (1980). *Comunicación Institucional: Enfoque Social de las Relaciones Públicas* . Quito: Editorial Andina .
- Perez Lopez, J. (1996). *Introducción a la dirección de la empresa; organización humana* . Piura: Universidad de Piura.
- Ponjuan, G. (2014). *Introducción a la gestión de la información*. La Habana: Editorial Universitaria Felix Varela .
- Puchol, L. (1997). *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*. Diaz de Santos S.A.
- Robbins. (1998). *Fundamentos del Comportamiento Organizacional*. Mexico: Prentice Hall.
- Strategor. (1995). *Estrategia, estructura , decisión, identidad y política general de las empresas*. Barcelona: Masson.
- Trelles. (2004). *Comunicación Organizacional*. La Habana: Editorial Felix Varela.
- Valentim. (2010). *Ambientes y flujos de información* . Sao Paulo: UNESP.

1. Docente investigadora. Facultad de Especialidades Empresariales. Carrera de Emprendimiento. Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Candidata a doctora en Comunicación por la Universidad de la Habana, Cuba
rosa.zumba@cu.ucsg.edu.ec

2. Docente investigadora. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Negociación Comercial. Universidad de Guayaquil. Candidata a doctora en Educación Superior por la Universidad de Palermo, Argentina.
Rosa.carrascor@ug.edu.ec

[Index]

[En caso de encontrar un error en esta página notificar a [webmaster](#)]

©2017. revistaESPACIOS.com • ®Derechos Reservados