

Posiciones Empírico Analíticas.

Abarca enfoques como el mecánico, el psicológico, el sistémico y el de contingencia.

El enfoque mecánico implica un proceso de comunicación percibido como lineal, en que el receptor es considerado como pasivo pues al tener la función de ofrecer la información precisa para lograr la eficiencia organizacional, presta poca importancia a la retroalimentación.

Por su parte, el enfoque psicológico centra la atención en la influencia que ejercen las características propias de cada individuo en los procesos de comunicación. Se dota de un papel activo al receptor, que selecciona el mensaje y lo interpreta de acuerdo a los rasgos específicos de su personalidad.

Los postulados de la Teoría de los Sistemas son condensados en el enfoque sistémico, en que se resalta la importancia de la comunicación en las organizaciones consideradas como un sistema constituido a su vez por subsistemas que además se relacionan con su entorno. Pudiendo ser considerado también parte de este enfoque, se encuentra el enfoque de contingencia, donde se afirma a grandes rasgos que la eficiencia de una empresa es resultado del grado en que una organización pueda adaptarse a las variables que la rodean, hablando por ejemplo de la tecnología, el ambiente, la gente y la cultura.

Posiciones Críticas.

En ellas se considera al proceso comunicativo como algo en beneficio del hombre, permitiéndole mantener una posición de poder. Es sobre el poder, que recae la importancia de este enfoque, pues se considera que el principal componente de la vida organizacional es el interés político. En sus postulados más importantes, destaca una centralidad del poder en las organizaciones por parte de una persona o grupo a través de sus acciones, así como el interés por mantener el poder como una doctrina ideológica que es impuesta a los demás.

Prácticamente se lleva a cabo una comunicación que se da hacia “abajo” y hacia “arriba”, jerárquicamente hablando. Se ejercen prácticas de control sobre los empleados para ejercer el poder que no son mal vistas por saber que existe una jerarquía, y por ende, no son objetadas ni cuestionadas legalmente.

Posiciones Interpretativas.

Dan importancia a la cultura de los individuos y las organizaciones, como algo que genera una construcción simbólica en el proceso comunicativo. Las personas, tanto individual como colectivamente, construyen ideas propias sobre su medio físico, social o cultural.

Gracias a estas características propias de cada cultura, se considera al receptor como algo más que un decodificador de mensajes, pues actúa como un productor de significaciones. Es así que se aprecia a cada organización como una cultura, que posee un conjunto de creencias y valores, así como un “lenguaje” propio. Su énfasis consiste más en entender que en cambiar las prácticas de comunicación de una organización.

Nuevas Perspectivas.

Como una alternativa a las estructuras jerárquicas y/o burocráticas que caracterizaron a las organizaciones durante el siglo pasado, se ha buscado desarrollar nuevas perspectivas teóricas. Entre ellas están la teoría de los Equipos de Trabajo con Autocontrol (Lawler, 1986; Bradford y Cohen, 1998), la Democratización de las Empresas (George Cheney, 1995; Gerald Ferris, 2000) y la Perspectiva Femenina. Consideradas como teorías útiles para el siglo XXI, las mencionadas anteriormente buscan resolver situaciones como las formas de organizarse que mejor responden a las necesidades de los empleados de la actualidad, o definir los beneficios y retos de la presencia de nuevos empleados como las mujeres. Se pretenden encontrar también las formas de comunicación más eficientes para las empresas.

Me es imposible concluir con una idea muy distinta respecto a lo que sucede con los enfoques teóricos de las organizaciones y los enfoques comunicativos aquí analizados para las mismas, puesto que además de compartir nombres y algunas visiones similares, es un hecho que también hablando de la forma de comunicarse, lo que funciona para una organización, puede no funcionar para otra. De esta manera, lo que se tiene son diferentes propuestas de las cuales podemos adoptar ciertos elementos que a su vez pueden combinarse con los propios de otros enfoques.

Más allá de considerar una evolución en los enfoques y matrices de la comunicación que durante los años han sido generados, percibo una complementación de ideas y la aparición de mejores herramientas para facilitar la labor de los comunicadores dentro de las organizaciones, o ampliar las posibilidades de las empresas para generar las formas de comunicación que le resulten más eficientes.