
La cultura organizacional, elemento clave para la construcción de la identidad organizacional



Organizational culture, a key element for the construction of organizational identity

Navarrete Mondragón, Olga

 **Olga Navarrete Mondragón**
olganavarretem@outlook.com
Universidad Autónoma Metropolitana Unidad
Iztapalapa, México

Analéctica
Arkho Ediciones, Argentina
ISSN-e: 2591-5894
Periodicidad: Bimestral
vol. 8, núm. 52, 2022
revista@analectica.org

Recepción: 10 Febrero 2022
Aprobación: 26 Abril 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/251/2513390005/>

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7028747>

Resumen: El estudio de las organizaciones es importante para comprender a la sociedad de la que formamos parte, sin embargo a pesar de que vivimos en un mundo de organizaciones desde que nacemos, no hace más de un siglo, las organizaciones estaban menos presentes en el panorama social, en este sentido la identidad ha desempeñado un papel importante en las teorías de las ciencias sociales, las cuales aportan e influyen en los estudios de la organización, en este sentido la identidad se ha convertido en un aspecto fundamental para la comprensión de lo que significa una organización en la sociedad. El presente artículo tiene como objetivo ubicar y describir la identidad organizacional en los estudios organizacionales planteando su relación con la cultura organizacional, está compuesto por tres apartados: en el primero, se ubica la *identidad* en el estudio de las organizaciones, a través de un recorrido por los paradigmas de la Teoría de la Organización y de los Estudios Organizacionales; en el segundo, se aborda el concepto de identidad para continuar con una aproximación de la identidad organizacional; en el tercer apartado, se describe la construcción de la identidad organizacional en relación con la cultura organizacional, abordando los conceptos de cultura y cultura organizacional; para finalizar con la exposición breve de las reflexiones finales.

Palabras clave: organizaciones, cultura, identidad.

Abstract: The study of organizations is important to understand the society of which we are part, however, despite the fact that we live in a world of organizations since we are born, not more than a century ago, organizations were less present in the panorama. In this sense, identity has played an important role in the theories of the social sciences, which contribute to and influence organization studies. In this sense, identity has become a fundamental aspect for understanding what means an organization in society. The objective of this article is to locate and describe the organizational identity in organizational studies, considering its relationship with organizational culture, it is composed of three sections: in the first, identity in the study of organizations, through a tour by the paradigms of Organization Theory and Organizational Studies; in the second, the concept of identity is addressed to continue with an approach to organizational identity; Continuing with the third section, the construction of organizational identity is described in relation to organizational culture, addressing the concepts of culture and organizational culture; to finish with the brief exposition of the final reflections.

Keywords: organizations, culture, identity.

Introducción

El estudio de las organizacionales es imprescindible para las ciencias sociales y humanas; ya que prácticamente cualquier tipo de relación ya sea social, cultural, económica y/o política se lleva a cabo dentro de organizaciones, debido a que: “nacemos dentro de organizaciones, somos educados por ellas y la mayor parte de nosotros consumimos buena parte de nuestra vida trabajando para organizaciones. Empleamos gran parte de nuestro tiempo libre gastando, jugando y rezando en organizaciones. La mayoría de nosotros morirá dentro de una organización, cuando llegue el día del entierro la organización más grande de todas –el Estado– deberá otorgar su permiso oficial” (Etzioni, 1965, p. 1).

Dado que estas existen desde los orígenes de la sociedad, es posible concebirlas como elementos que articulan y estructuran la sociedad a la que convierten en organizada y organizacional al mismo tiempo, en este sentido es preciso pensarlas como un espacio socio vital por excelencia donde nos construimos y reconstruimos como seres sociales, en el cual y donde de acuerdo con Montaña (2007) miramos al otro no simplemente como una fuente de información sino como un ser humano que busca constantemente reconstruirse.

Al caracterizar a la sociedad contemporánea como sociedad de organizaciones, la organización se convierte es una institución social dominante en nuestras vidas, sin embargo, existe un proceso de influencia mutua, ya que ésta influye en nuestras vidas y en el crecimiento de la sociedad que constituimos las transforma y de este modo se mantiene y se reproduce según sea su crecimiento. Scott (1981) señala que un indicador de la importancia de las organizaciones es su prevalencia en cada campo de la vida social, las organizaciones racionalizan la vida de las personas, de alguna manera ejercen una influencia mutua; ya que condicionan, limitan y restringen los objetivos que persiguen las personas. Así las organizaciones son de importancia social por su ubicuidad, su impacto en el poder y el estatus, y sus efectos en la personalidad y el desempeño.

En consecuencia, la identidad ha desempeñado un papel importante en las teorías de las ciencias sociales, las cuales aportan e influyen en los estudios de la organización. La identidad organizacional está sujeta a un proceso continuo de construcción y re-construcción, en este proceso intervienen diversos elementos, en este caso referentes identitarios que devienen de la cultura organizacional. En el campo de los Estudios Organizacionales se ha desarrollado una literatura que da cuenta de la identidad como un proceso de construcción y reconstrucción a través de una interacción dinámica en la que un individuo es modelado bajo una determinada identidad por otros (Karreman y Alvesson, 2001).

El presente artículo tiene como objetivo ubicar y describir la identidad organizacional en los estudios organizacionales planteando su relación con la cultura organizacional, esta compuesto por tres apartados: en el primero, se ubica la identidad en el estudio de las organizaciones, se hace un recorrido por los paradigmas de la Teoría de la Organización y de los Estudios Organizacionales; en el segundo se aborda el concepto de identidad para

continuar con una aproximación de la identidad organizacional y posteriormente en el tercer apartado, se describe la construcción de la identidad organizacional en relación con la cultura organizacional, este apartado se inicia describiendo la construcción de la identidad organizacional y para hacer la relación con la cultura organizacional se explica el concepto de cultura y cultura organizacional y finalmente, se exponen brevemente reflexiones finales.

La identidad en el estudio de las organizaciones

El estudio de las organizaciones está compuesto por dos paradigmas de estudio, que también pueden considerarse como bloques de narrativas teórico-metodológicas: la Teoría de la Organización y los Estudios Organizacionales (en adelante TO y EO), que en principio pueden parecer de manera tajante diferentes por el rompimiento paradigmático en al menos tres niveles: ontológico, epistemológico y metodológico.

A continuación, se hace un breve recorrido a través de las narrativas, teorías, escuelas y/o enfoques que integran cada paradigma con la finalidad de identificar el momento en que aparece la identidad como elemento de estudio en las organizaciones, sin embargo, antes de describir cada uno es preciso introducirnos al objeto de estudio, «la organización», no existe como tal una definición uniforme, sino una multiplicidad de definiciones, por lo que resulta oportuno aproximarnos al concepto:

Desde la perspectiva de los Estudios Organizacionales, la organización es un entramado de situaciones diversas que no buscan un común denominador a manera de cierta universalización, presenta rasgos particulares de cada organización, circunscrita por una historia y un tiempo específicos. Este carácter social hace que en la organización se entrecrucen diversas lógicas de acción en donde múltiples actores propugnan por disímiles proyectos sociales y, por lo mismo, distintas interpretaciones del sentido institucional, reflejando intereses particulares, como también ilusiones, fantasías y angustias (Montaño, 2004).

De acuerdo con Hall (1996) una organización es:

Una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación de membrecías; esta colectividad existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad (p. 33).

Ésta es una de las definiciones más aceptadas debido que en principio toma en consideración diversos aspectos. Podemos analizar que la organización es más que la suma de los elementos que forman parte de ella, la organización no son las normas, las actividades, la estructura, el ambiente, las metas, los miembros, los procesos y/o las fronteras, la organización es la mixtura de estos elementos.

Teoría de la Organización

La TO posee un carácter multidisciplinario; ya que se constituyó a través de diversas disciplinas, según Dávila (2001) esto nos permite arribar a

diversos conocimientos que son producto de ella, recibió influencia de teóricos importantes como Weber (1922), Mayo (1972), Crozier (1963), Simon (1988), entre otros, es considerada de origen anglosajón; por ser producto de la realidad organizacional estadounidense y británica y surgir en estrecha relación con las necesidades del capitalismo industrial en 1937.

Según Zey-Ferrell (1981) la TO aportó los primeros marcos para comprender el fenómeno organizacional, a través de un carácter positivista, funcionalista y pragmático. En este sentido Ibarra (1991) asegura que puede ser considerada como una respuesta teórica-práctica a los problemas enfrentados por la gran empresa moderna. El conocimiento que emerge se construye por acumulación más que por evolución. Este paradigma está integrado por las siguientes teorías, escuelas y/o corrientes (ver tabla 1):

Tabla 1. Teoría de la organización

Teoría, corriente o escuela	Tesis central	Autores relevantes
Administración científica	<i>One best way</i> , thinking department, máxima prosperidad, separación trabajo manual del trabajo intelectual.	Frederick W. Taylor y Henri Fayol.
Relaciones Humanas	Las organizaciones deben ser espacios en donde el hombre alcance la satisfacción de sus necesidades a través de la participación y el trabajo organizacionales	Mayo, Roethlisberger y Dickson, y el círculo de Pareto de Harvard.
Teorías de la burocracia	La racionalidad es el fundamento explicativo de las organizaciones y la burocracia modernas.	Merton, Blau, Goudner, Crozier, Mouzelis y Weber
Escuela del comportamiento	La racionalidad en la toma de decisiones es una racionalidad limitada.	Simon, March y Cyert.
Teoría de la contingencia	Existe una relación bidireccional entre organización y medio ambiente	Woodward, Pugh et. al., Burns, Stalker, Lawrence y Lorsch,
Nuevas relaciones humanas	La estructura informal es resultado patológico de la estructura formal. Deben crearse estructuras flexibles.	Argyris, Herzberg, Maslow, McGregor y Likert.

Fuente: elaboración propia con base en Barba (2013).

Los principios de la administración científica se sustentan en una nueva forma de organización basada en la racionalización y control de trabajo y su visión del hombre es “apéndice de la máquina”. En la escuela de las Relaciones Humanas, se da un reconocimiento al individuo como ser humano, se toman en consideración las relaciones informales, en sí el hombre se piensa como un ser con sentimientos, que posee necesidades como hablar y ser escuchado, ésta escuela da pauta para cambiar la perspectiva que se tenía del hombre hasta el momento, en tanto las teorías de la burocracia, conciben al hombre como un ser político que posee una capacidad estratégica, es decir, se centran en los procesos políticos que tienen lugar en la organización. En lo que respecta a la escuela del comportamiento, ésta se centra en la toma de decisiones, por ende el hombre es visto como un tomador de decisiones, por lo que el individuo es un hombre administrativo. Bajo el enfoque de la contingencia, se centra en la relación entre las estructuras de la organización y el ambiente en consecuencia no se considera la presencia del individuo. Por último, las nuevas relaciones humanas, al igual que la escuela de

las relaciones humanas hay un reconocimiento del hombre como ser humano, en este caso la idea que se tiene del individuo es como un hombre motivado y competente.

Al hacer este recorrido por las teorías, corrientes y/o escuelas que integran la TO y puntualmente en la manera que conciben al hombre, es preciso notar que, si bien la escuela de las relaciones humanas hace un reconocimiento del ser humano, contempla la importancia que tiene la motivación a través del aspecto humano, así como las relaciones informales y las nuevas relaciones humanas retoman algunos de estos aspectos, ahondan en la motivación y las necesidades del individuo, toman en consideración que existe una inadecuación entre el individuo y la estructura formal, en este punto podríamos considerar que existía una noción de identidades fragmentadas, sin embargo se forzaría la interpretación, en resumen si bien estas corrientes de la TO consideran al hombre como un ser con sentimientos, necesidades y motivaciones todavía no está presente la identidad organizacional como concepto o idea.

Estudios Organizacionales

Para entender qué son los EO, es preciso aclarar brevemente las diferencias y similitudes en relación con la Administración y la TO, la administración de acuerdo a Barba (2013), es retomada en 3 aspectos a través de los cuales puede ser entendida, como práctica, segundo como disciplina con el surgimiento de la organización moderna y por último como profesión, en el uso de herramientas y principios en la aplicación de conocimientos, es vista como la disciplina que permitió el desarrollo de los EO.

Los EO surgieron en Gran Bretaña, en la década de los 80, centrados en la perspectiva crítica de la organización, su génesis se ubica en la discusión sobre las grandes limitaciones que la TO tenía para entender, comprender y explicar a las organizaciones, en donde la eficiencia es analizada como una de las múltiples problemáticas de las organizaciones, “la internalización de los Estudios Organizacionales marca el fin definitivo del one best way, abriendo las puertas a la consideración de realidades locales que muestran que, más allá de las formas estadounidenses de organización, siempre hay alternativas” (Ibarra, 2006, p. 101).

Continuando con este orden de ideas, los EO pueden ser pensados como una evolución de la TO, según Reed (1996) nacen del debate de las narrativas: “es el enfrentamiento entre las tradiciones narrativas rivales, particularmente cuando sus tensiones internas y contradicciones o anomalías están expuestas más clara y cruelmente, lo que proporciona el dinamismo intelectual esencial a través del cual el estudio de la organización se redescubre y se renueva” (p. 51).

En este sentido los EO han aportado diversas perspectivas para comprender los fenómenos organizacionales, sin embargo, son un constructo inacabado; ya que “su definición, alcances, propuestas teóricas y metodológicas, así como las características propias, están lejos de ser esclarecidas” (Gonzales-Miranda, 2014, p. 43) y debido a esto únicamente contamos con definiciones inacabadas. De acuerdo con Montaña (2007), no debe esperarse nunca un modelo terminado, sino una aproximación cada vez más fina a una realidad siempre cambiante, es decir, un eterno modelo para armar.

Los EO contemporáneos se encuentran en una coyuntura histórica y en un contexto social donde las antiguas “certezas ideológicas” y “soluciones” técnicas que alguna vez sostuvieron su “disciplina” son fundamentalmente puestas en duda (Reed, 2006). Estos se acercaron cada vez más a la fragmentación teórica y hacia una ideología ubicada en el polo opuesto a la tradicional, en resumen “los EO se constituyen como práctica intelectual dinámica, permeada por las controversias teóricas y los conflictos ideológicos relativos a las formas en que “la organización” puede y debería ser” (Reed, 2006, p. 46).

Según Clegg y Hardy (2006), definir los EO no es una tarea fácil, en la introducción del Tratado de Estudios Organizacionales estos autores hacen una aproximación sobre lo que son, definiéndolos como: “serie de conversaciones, en particular las de los investigadores de estudios de la organización que ayudan a constituir organizaciones a través de términos derivados de paradigmas, métodos y suposiciones, derivadas de conversaciones anteriores” (p.1). Las conversaciones existentes y la intención de “hacer conversaciones” tiene como finalidad generar nuevos textos, nuevas formas de comprender, en esencia esto son los EO, conversaciones que dan origen a conocimientos derivados de paradigmas anteriores, que abren la posibilidad de que diversas disciplinas estudien a las organizaciones, de ahí deviene la idea de que los EO son un conjunto de paradigmas, lo que nos aleja de una teoría única, en la siguiente tabla se enuncian algunas de las principales corrientes de estudio (ver tabla 2):

Tabla 2. Corrientes de estudio de los Estudios Organizacionales

Corriente de estudio	Concepto o ideas relevantes
Organizaciones posmodernas	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas formas de organización: organizaciones posburocráticas, organizaciones postayloristas, organizaciones posmodernas Toyotismo y <i>lean production</i> Reestructuración de los sistemas productivos como modernización reflexiva Flexibilidad organizacional
Teorías de la ambigüedad organizativa	<ul style="list-style-type: none"> Incertidumbre, ambigüedad e interpretación en los procesos organizativos y decisorios Anarquías organizadas Elementos y sistemas flojamente acoplados <i>Garbage can model</i> (decisiones por descuido, por coyuntura o resolución expresa)
Nuevo institucionalismo	<ul style="list-style-type: none"> Reglas, valores, prácticas, roles y rutinas como componentes esenciales de la institución Ambientes y marcos institucionales como determinantes de la estructura y acción organizacional La organización como una institución en sí misma Procesos de institucionalización (habitación, objetivación, sedimentación) Campo organizacional, isomorfismo institucional y mecanismos de cambio isomórficos (mimético, coercitivo normativo) Mitos racionalizados Lógica de lo apropiado frente a la lógica de la consecuencia Instituciones agregativas e integrativas La institución como el conjunto de reglas regulativas, normativas y cognitivas Costos de transacción, oportunismo, principal-agente
Análisis estratégico y poder en las organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> Acción organizada, sistema de acción concreto y mecanismos de regulación Juego como metáfora para el estudio de las relaciones de poder Capacidad estratégica de los actores para la consecución del ejercicio del poder La regla como fundamento de las relaciones de poder y el poder como fundamento de la acción organizada El micro y el macro poder (relaciones de poder intraorganizacionales y relaciones de poder interorganizacionales) El ejercicio de poder como forma discursiva, control, conflicto, dominación Visiones del poder (funcional, disfuncional y crítico) y relaciones de poder abiertas, encubiertas y latentes
Cultura en las organizaciones y análisis transcultural	<ul style="list-style-type: none"> Cultura como variable externa (análisis transcultural), cultura como variable interna (cultura corporativa), cultura como metáfora de raíz (cultura organizacional) Culturas y subculturas organizacionales Tipos de cultura (departamental, profesional, laboral) Culturas organizacionales integradas, diferenciadas y fragmentadas Metáforas culturales (la cultura organizacional como mecanismo regulador, pegamento social, vaca sagrada, ritos controlados, suposiciones básicas, discurso de dominación, reflejo de operaciones inconscientes de la mente, sombrilla) Identidad y simbolismo Mitos, ritos valores, ideologías, creencias, artefactos simbólicos, lenguajes, historias y sagas organizacionales como componentes de los diversos niveles culturales de la organización La organización como espacio de construcción e interpretación social de la acción y el significado La organización como espacio de creación y control de la cultura (la cultura como herramienta administrativa) La influencia cultural en el <i>management</i> (índices de distancia de poder, individualidad, masculinidad y aversión a la incertidumbre)
Antropología de las organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> Las dimensiones fundamentales del ser humano (el ser humano como un ser genérico, singular e histórico; el ser humano como un ser de palabra, reflexión, acción, espacio, subjetividad, interpretación, significación, deseos, pulsiones, sentimientos y afectos) no deben ser ajenas a los espacios organizacionales

Fuente: De la Rosa y Contreras (2007).

De las perspectivas de estudio descritas anteriormente, la corriente de origen Antropológico, que agrega la variable de identidad al estudio de las

organizaciones, es la cultura en las organizaciones y análisis transcultural, el interés de estudiar la cultura en las organizaciones surgió en los años setentas, a partir de Pettigrew (1979) conocida como cultura organizacional, sin embargo, no es hasta los años ochenta que ésta toma mayor importancia para los estudiosos de las organizaciones.

Una vez ubicada la variable identidad en el estudio de las organizaciones y antes de adentrarnos al concepto de identidad organizacional, resulta oportuno hacer una revisión del concepto de identidad.

Identidad e identidad organizacional

De acuerdo con Erikson (1971) la búsqueda de la identidad es el tema más importante a través de la vida. A la permanencia a través del tiempo, como factor de continuidad interior, le denomina mismidad; esto es, el sentido del ser que va unido a la percepción de continuidad de la propia existencia, en el tiempo y en el espacio, unida a la noción de que otros reconocen tal existencia. El desarrollo del self, es decir del sentido de sí mismo, da como resultado un sentido de identidad.

La palabra identidad proviene del latín “identitas” derivada a su vez de “idem” que significa lo mismo, en el lenguaje cotidiano puede aplicarse a objetos, individuos, grupos, entes materiales y también inmateriales, es útil para describir las mismas características singulares que para agrupar particularidades atribuibles a un colectivo (Pastor y Roberts, 2005). Entre los autores que hablan sobre identidad, Elgarte (2009) hace una revisión sobre los trabajos de Freud, Erikson, Grinberg y Lacan, concluyendo que estos señalan a la identidad como construcciones del yo al modo de un sistema de creencias que funciona como soporte subjetivo del “sí mismo”.

De acuerdo con Vålina (1998) la identidad es un proceso basado en el diálogo, donde el desarrollo y cambio en la identidad se basa en continuos diálogos con los “otros significativos”. Naturalmente los otros significativos, pueden cambiar durante el tiempo de vida. Así, las preguntas, “¿quién soy?”, “¿a dónde pertenezco?”, estructuran nuestra auto comprensión a través del tiempo de vida”, debido a que “la identidad está relacionada con la idea que tenemos acerca de ¿quiénes somos? y ¿quiénes son los otros?, es decir, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás” (Giménez, 2000, p. 11).

Por otra parte es posible definir a la identidad como una herramienta reguladora del comportamiento, que tiene la capacidad de controlar y guiar la conducta de los individuos, en este sentido Moessinger (2000) propone la siguiente definición: la identidad es un mecanismo de control sobre el ser humano, una especie de “termostato social”, consecuencia de factores sociales, de los cuales el individuo no está siempre consiente; mientras que el cambio hacia un nuevo equilibrio o identidad, se debe “a la actividad (no necesariamente consiente) del individuo en su medio ambiente” (p.2).

Según Giménez (1986) la identidad tiene que ver con el sentido colectivo que el individuo y el grupo al que pertenece imputa a sus acciones a través de la comprensión y reproducción del sistema social; el concepto implica la permanencia y pertinencia a un grupo en un tiempo histórico determinado bajo una lógica de diferenciación/exclusión y similitud/inclusión.

Como consecuencia de esto, la formación de la identidad comienza donde termina la utilidad de la identificación...siendo la identificación “un mecanismo de incorporación del Otro, constitutivo del Sujeto a lo largo de la vida. Implica las identificaciones, pero se hace con ellas algo diferente y original: nos dice que se trata de una nueva configuración” (Erikson, 1963, p.15), debido a esto cuando se habla de identidad también se habla de su construcción.

Para Larraín y Hurtado (2003) la construcción de la identidad es un proceso al mismo tiempo cultural, material y social. Cultural, porque los individuos se definen a sí mismos en términos de ciertas categorías compartidas, cuyo significado está culturalmente definido, tales como religión, género, clase, profesión, etnia, sexualidad y nacionalidad que contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de identidad. Estas categorías las denominan identidades culturales o colectivas, Material, en cuanto los seres humanos proyectan simbólicamente el “sí mismo”, sus propias cualidades en cosas materiales, partiendo por su propio cuerpo; se ven a sí mismos en ellas y las ven de acuerdo a su propia imagen, y es Social, porque la identidad implica una referencia a los “otros” en dos sentidos. Primero, los otros son aquellos cuyas opiniones acerca de nosotros internalizamos, cuyas expectativas se transforman en nuestras propias autoexpectativas. Pero también son aquellos con respecto a los cuales queremos diferenciarnos. Podríamos entonces hablar de tres elementos componentes de toda identidad: categorías colectivas, posesiones y los “otros”.

Ante la situación planteada la identidad se genera a partir de las interacciones sociales cotidianas que mantienen los sujetos entre sí, a través de las cuales van delimitando lo propio contra lo ajeno. En consecuencia, la identidad no es una esencia, no existe por sí misma; por el contrario, la identidad es un proceso social complejo, que “sólo cobra existencia y se verifica a través de la interacción: es en el ámbito relacional, en el del inter-reconocimiento, donde las distintas identidades personales que vienen delineadas por una determinada estructura social se consensúan—se reconocen mutuamente, terminándose de conformar —, y se enfrentan a su aceptación o rechazo” (Piqueras, 1996, p. 271).

Con base en el supuesto de que la identidad tiene lugar a partir de la interacción social, la identidad organizacional (en adelante IO) de acuerdo con Albert y Whetten (1985) se define como el conjunto de características de una organización, que sus miembros creen centrales, distintivas y perdurables de ésta. Según Whetten y Mackey (2002) el término IO ha sido construido como una metáfora fenomenológica, o como una construcción social que objetivamente existe en esencia, y como una propiedad de las organizaciones como actores sociales.

Como resultado del recorrido al concepto de identidad, es posible ubicar su origen en campos sociológicos, antropológicos y psicológicos, por lo cual no resulta sorprendente que los estudios de la IO estén presentes en diferentes ciencias sociales, como consecuencia de esto existen diferentes conceptos y estos difieren dependiendo de los autores; ya que estos la conceptualizan de acuerdo al campo de conocimiento donde empleen el término, Contreras-Armenta y Hernández (2011) resumen diferentes conceptos que los autores le han dado a la IO (ver tabla 3):

Tabla 3. Conceptualización de la identidad organizacional y autores relevantes.

Tipología de la identidad	Autor (es)
Central, distintiva y duradera, es decir, un conjunto de afirmaciones e historias persistentes acerca de la naturaleza única de la organización	Albert y Whetten (1985)
Una comprensión común, trasladando la atención de lo que es explícitamente afirmado al conjunto de estructuras cognitivas compartidas de los miembros de la organización	Gioia, et al., (1994)
Cultura, imagen, visión, misión, lógica dominante, identidad corporativa, marca corporativa, y reputación	Hatch y Schultz, (2000); Pratt y Foreman, (2000); Pratt, (2003).
Algo que las organizaciones "tienen": un rasgo, potencialmente un activo o un recurso	Fiol, (1991); Gioia, (1998)
Un proceso continuo, como algo que "ocurre" en las organizaciones y está continuamente en desarrollo	Gioia, Schultz, & Corley, (2000); Hatch & Schultz, (2002).
Grado en que los miembros de una organización incorporan identidades organizacionales clave dentro de su identidad	Dutton, Dukerich & Harquail, (1994).

Fuente: Contreras-Armenta y Hernández (2011, p. 169).

En principio las definiciones pueden parecer distintas unas de otras, sin embargo, estas coinciden en el hecho de buscan explicar la relación entre el individuo y la sociedad, y por ende las organizaciones que conforman la sociedad, de este modo se han desarrollado un conjunto de teorías y corrientes sobre el tema debido a que la IO tiene diversas definiciones y ángulos:

Albert y Whetten (1985) son autores sumamente importantes en este tema dado que fueron quienes llevaron el concepto de identidad al campo de los Estudios Organizacionales a partir de su obra *Organizational Identity*, en la cual describen a la identidad organizacional como un fenómeno social que surge en el momento en que un miembro de la organización se pregunta ¿Quiénes somos?, ¿En qué clase de negocio estamos? o ¿Qué queremos ser?, esto pone en el centro a los elementos de identidad que se emplean como referentes centrales y esenciales para distinguirla y marcar similitudes. Ahora bien, las respuestas a las preguntas ¿quién soy?, ¿quiénes somos? y ¿quiénes son los otros? son fundamentales para cualquier entidad y para su interacción con otras; dotan de particularidad, autodefinition, distinción y, finalmente, de identidad a una organización, a un grupo o a un individuo.

Con respecto al concepto de IO, Albert y Whetten (1985) clarifican que la identidad es una construcción social producida tras un proceso reflexivo de comparaciones intersubjetivas o interorganizacionales. Para estos autores, los miembros formales de la organización son quienes construyen esa identidad, mediante una especie de autopercepción o autoimagen de lo que es la organización, también denominada imagen interna.

Por otra parte, de acuerdo con Aubert y De Gaulejac (1993) la IO implica que "los elementos de la organización interactúan con elementos del aparato psíquico, y el conjunto de estas interacciones compone un sistema para el que nosotros proponemos la denominación de «sistema psíquico organizacional» (p. 207-208). Esta definición implica la integración de dos dimensiones la organizacional y la psíquica, en este sentido la identidad organizacional puede entenderse como la articulación de dos niveles diferentes de la realidad.

Hasta este punto la IO se ha definido como aquello que los miembros formales de la organización piensan y sienten respecto a ella, y que se deriva de su percepción individual de los atributos centrales, distintivos y duraderos que la caracterizan. Así, en el concepto de identidad se introduce un sujeto (el miembro formal de la organización), que es quien construye tal identidad a través de su percepción de los elementos esenciales de la organización. Con la intención de llegar a una aproximación del concepto de IO, es pertinente elaborar un constructo que resulte útil para comprender el fenómeno de su construcción:

En principio y como base del constructo, es pertinente retomar el concepto de Albert y Whetten (1985), ya que definen la IO como una serie de identificaciones que demarcan ciertos marcos de referencia en el comportamiento de los integrantes, involucra un significado de autoreferenciación, es un fenómeno social que surge en el momento en que un miembro de la organización se pregunta ¿Quién soy? y ¿Quiénes somos?

Apoyando éste planteamiento Contreras-Armenta y Hernández (2011) apuntan que la IO parte de la percepción que los individuos tienen de la organización, es decir, la identidad colectiva que los hace ver como diferentes, con características y funciones que los distinguen de las otras y que son reforzadas por la imagen que los otros tienen de la organización.

En consecuencia, resulta oportuna la aportación de Dutton, Dukerich y Harquail (1994) quienes agregan el concepto de identificación como una propiedad de los individuos, que puede ser definida como el grado en que los miembros de una organización incorporan identidades organizacionales clave dentro de su propia identidad. La identificación tiene que ver con la capacidad de cohesionar, estar identificado significa compartir, en una organización puede ayudar a mantener un ambiente sano de trabajo y convivencia, mientras que la identidad da sentido a las prácticas realizadas en la organización.

De este modo, los constructos identidad organizacional (como sustantivo) e identificación (derivado del verbo identificar) “... pueden ser usados como conceptos versátiles, marcos o herramientas que abren posibilidades de desarrollo teórico” (Albert, Ashforth y Dutton, 2000, p. 13) y permiten una mejor comprensión del fenómeno organizacional.

En síntesis, la IO es un significado compartido de la organización a partir de la conciencia de pertenencia y la diferenciación de los otros, resultado del valor significativo y emocional que tienen los individuos de pertenecer a ciertos grupos en la organización. Del mismo modo que el concepto de identidad, dentro de la IO es definida con base en la subjetividad de quienes la perciben y a partir de la construcción social. De ahí la importancia de conocer cómo se construye la IO y cuáles son los elementos que intervienen en su construcción.

Construcción de la identidad organizacional

La IO está constituida por valores y creencias, considerándose a las creencias como convicciones compartidas y la idea generalizada de lo que es importante y los valores como los estándares establecidos y aceptados por el grupo sobre lo que son y sus formas de reaccionar ante los imprevistos (Deal y Kennedy, 1999). De acuerdo con Jenkins (2004) “la construcción social de la identidad es una

cuestión de establecer y significar las relaciones de similitud y diferencial (p. 5), más que imponer límites aparentemente arbitrarios de crear y definir la alteridad.

Según Parker (2000) lo que permite comprender la construcción de la IO como un proceso complejo y adaptativo en el que inciden la percepción de cada individuo con sus propios referentes simbólicos son los marcos sociales y contextuales que generan una visión de lo que es la organización. Uno de los principales argumentos de lo que es y significa la IO está influenciada por la idea de cohesión y pertenencia formando ciertos límites entre nosotros y los otros.

De acuerdo con Hidalgo (2015), un individuo construye su identidad a partir de las relaciones sociales que tiene con su entorno, éste hace referencia tanto a relaciones interiores que es la familia, como exteriores, la sociedad, en este sentido su identidad se va definiendo a través del tiempo y de los cambios que se den a su alrededor considerando que en cada una de sus interacciones va acogiendo experiencias que van integrando nuevas dimensiones a su identidad, a nivel individual, grupal o social y organizacional (ver figura 1).

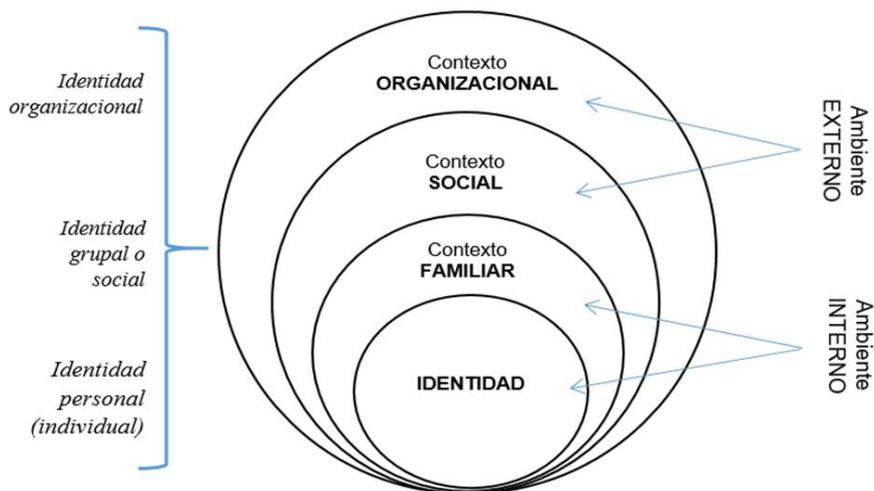


Figura 1. Construcción de la identidad
Fuente: Hidalgo (2015).

El planteamiento propuesto por Hidalgo (2015), establece que el individuo crea su propia identidad a partir de la socialización e interacciones con los otros mientras que las organizaciones crean su identidad a partir de los fines para los que fueron creadas[1], en comparación con el esquema de Hidalgo (2015), se puede ubicar a un nivel personal, en un segundo nivel, el familiar, estarían las interacciones entre los participantes y como tercer nivel, social y organizacional, se ubica la interacción con el ambiente, lo que involucra otras organizaciones, en resumen la IO se construye y reconstruye de acuerdo al intercambio y al medio.

Un individuo puede tener diferentes identidades dependiendo del contexto o espacio donde se encuentre, debido a que la identidad no es estática ni fija, ya que depende de las relaciones cambiantes que tienen lugar en los diferentes niveles, individual, grupal o social y organizacional.

En lo que respecta a la organización, las múltiples identidades de los individuos están presentes al mismo tiempo en diferentes niveles, ya que el individuo al formar parte de la organización, no puede desprenderse de su identidad individual y mucho menos de sus intereses personales y tampoco puede separarlos de los intereses de la organización, lo ideal es que los individuos se identifiquen

con la identidad de la organización a través de sus valores, creencias, rituales, etc. o bien buscando elementos comunes con otros integrantes para cumplir con los objetivos de la organización y/o con sus objetivos individuales. Al encontrar elementos con los que puedan identificarse los individuos con la organización, generan un sentido de pertenencia a ésta, estableciendo de este modo lazos afectivos y emocionales.

Sin embargo este proceso tiene un grado de complejidad; ya que los participantes de una organización para adquirir la identidad de la organización no sólo requieren tener el sentido de pertenencia; ya que como plantea Olivé (1999): adquirir la identidad implica no sólo que los sujetos se sientan distintos a los demás, sino además que así sean reconocidos por los otros (heteroadscripción), ya que la IO implica semejanza hacia el interior y diferencia hacia el exterior de la organización, y esa diferencia requiere la sanción del reconocimiento social para que exista; ya que las personas son construcciones sociales, en la medida que dependen significativamente de las interpretaciones que hagan las demás personas de sus rasgos característicos. Lo que las personas son es una cuestión de interpretación y no simplemente algo que se descubre; lo que son depende del contexto social, de las prácticas y de los recursos conceptuales.

Debido a que la IO es construcción social, ésta no es estática sino dinámica, cambia con el tiempo, y en la medida en que los sujetos van formando parte de distintos grupos. Por ello se dice que “las identidades sufren transformaciones en el tiempo y en el espacio. No son permanencias ópticas inamovibles, sino procesos cambiantes, aun cuando los diferentes componentes de la identidad presentan ritmos de cambio disímiles. Por tanto, no se encuentran dadas de una vez y para siempre” (Valenzuela, 2000, p. 28). Dicho proceso dinámico, está en constante transformación y/o adecuación, en función de las interacciones sociales, cuando los participantes se relacionan generan un conjunto de significados a través de interactuar cotidianamente y dichos significados se van modificando de acuerdo a las interpretaciones que los actores les den a dichas relaciones.

Los individuos construyen su identidad a partir de sus experiencias personales, pero también a partir de las relaciones sociales fuera y dentro de la organización (Sainsaulieu, 1977). El sociólogo Goffman (1959) explicita que:

La identidad se construye con los roles, los cuales son modelos organizados de comportamientos dependientes de una determinada posición social, estatus, actuación de rol, escenarios, rutinas, etcétera, en la cual tiene a su disposición distintas representaciones condicionadas por los distintos contextos sociales en las cuales deben actuar (p. 92).

Es decir, hace referencia a una forma de transacción mediante la cual el individuo en todo momento se encuentra dispuesto a reajustar su identidad siempre y cuando reciba a cambio credibilidad y aceptación social por dicho reajuste, resultando una identidad cambiante.

En este sentido Berger y Luckmann (2001) afirman que la identidad es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad, por lo que los diferentes tipos de identidad son un producto social, se hace evidente que existe una relación entre el desarrollo interno y el contexto. En este mismo orden de ideas Mead (1968) expresa que la identidad no pre-existe a las relaciones sociales, sino que es contingente a ellas y surge en el transcurso de las mismas, es decir, en la

interacción, y dependerán estrictamente del contexto y del significado que tenga para el individuo.

En consecuencia, para entender la manera en cómo se construye la I.O, es pertinente retomar el planteamiento –las identidades no son únicas ni permanentes, sino que pueden cambiar y combinarse de modos diversos –. Por tanto, García (2007) plantea que nadie posee una única identidad, de modo que la descripción de los seres humanos no puede basarse en una característica identitaria, sino que deberá producirse sobre la base de una combinación de numerosas características. Las identidades no son fijas, como tampoco lo son sus modos de expresión, incluso cuando alguien ha optado por privilegiar uno de sus rasgos potenciales. Toda identidad depende, en su generación y consolidación, del contexto en que los sujetos se desenvuelven.

Para Hatch y Schultz (2004) la identidad es un flujo y es múltiple. El resultado es el retorno hacia la idea paradójica y adelantada de sociólogos y psicólogos que la identidad es a la vez un proceso dinámico que se despliega [deviene] en el tiempo y una fuente de estabilidad [permanece] para aquellos que dependen de ella. En este sentido los autores describen a la IO como un conjunto interrelacionado de procesos entre los que destaca la expresión, la impresión, la duplicación y el reflejo, los cuales representan a la IO como dinámica.

En el ámbito organizacional, las organizaciones pueden desarrollar más de una identidad o varios aspectos de la identidad a través del tiempo (Albert y Whetten, 1985). Esto sucede con regularidad debido a que las organizaciones están en constante transformación, debido a esto puede entenderse a la IO como una construcción constante entre aquellos aspectos que permanecen y otros que cambian.

La construcción de la identidad organizacional a través de la cultura organizacional

No es posible hablar de identidad sin considerar a la cultura y en lo que respecta al ámbito organizacional, no es la excepción. Uno de los temas que ha recibido mayor atención en los últimos años en el estudio de las organizaciones es la cultura, el término de origen antropológico se ha convertido en un enfoque retomado por los EO para comprender el funcionamiento de las organizaciones, sin embargo, así como es un concepto compartido también ha generado gran controversia, debido a que no existe un consenso en cuanto a su definición y significado.

En diversas ocasiones el concepto se acota y se emplea para hacer referencia únicamente a elementos de la conducta como las costumbres, los hábitos, los ritos, etc., dejando de lado el hecho de que también la cultura es un medio de control que guía el modo de actuar del ser humano, y entre los elementos que rigen su conducta se pueden destacar las reglas, los valores, los símbolos, etc., que en conjunto conforman la cultura organizacional.

Barba y Solís (1997) definen a la cultura “como el receptor interiorizado, transmitido y cuidadosamente elaborado en la historia de un conjunto de valores, de reglas y de representaciones colectivas que funcionan en lo más profundo de las relaciones humanas” (p. 203) y que a su vez tienen relación con todos los aspectos

del comportamiento de un grupo y su organización social (Pendersen y Sorensen, 1989).

Para Parsons (1984) “la cultura consiste en sistemas de símbolos pautados u ordenados que son objeto de la orientación de la acción, componentes internalizados por las personalidades de actores individuales y pautas institucionalizadas de sistemas sociales” (p. 307).

Según Beals y Hoijr (1971) el concepto cultura se puede aplicar a: “1. la totalidad de conductas aprendidas en cualquier época por toda la humanidad; 2. formas de vivir compartidas por varias sociedades entre las que hay alguna interacción; 3. patrones de conducta específicos en una sociedad en particular y 4. formas especiales de comportamiento, características de los segmentos de una sociedad grande y organizada de una manera compleja” (p. 106). Siguiendo esta idea, la cultura consiste en distintivos patrones de modales de conducta y las subyacentes creencias, valores, normas y premisas. Por lo tanto, la cultura da respuestas viables a los problemas que surgen en las sociedades.

De acuerdo con Rendón (2007) la cultura ha sido empleada por diversas disciplinas en el estudio de las organizaciones, administración, sociología, psicología entre otras, las cuales tienen en común el trabajar dentro de grupos humanos pequeños, cuya característica principal es la unidad; toman como punto de partida el estudio de ritos, comportamientos y lenguajes, entre otros, como componentes de la cultura; buscan características comunes en la sociedad humana y explican la relación entre la colectividad y el individuo.

En general, la cultura puede entenderse como las formas en que los individuos llevan a cabo determinadas prácticas, entre ellas compartir espacios, valores, creencias, significados, de tal manera que construyen su realidad, la cual comparten, median sus acciones y que los motiva a lograr las metas que se proponen.

Ahora bien, entre los autores relevantes que en los últimos años se han orientado por esta perspectiva, destacan los siguientes: Hofstede (1980), Smircich (1983), Smircich y Calas (1987), Shultz (1992), Alvansson (1993) y Martin (1992), entre otros. Estos autores ofrecen diferentes respuestas a la pregunta ¿Qué es la cultura organizacional?, lo que deja ver que no existe un consenso respecto de cómo abordar ésta temática.

Sainsaulieu (1977) concibe a la cultura organizacional como un reservorio interiorizado de valores, normas y código simbólicos, que contribuyen no sólo a la producción y reproducción del orden social, sino también a su transformación.

Allaire y Firsirotu (1992) la definen:

Como un sistema de símbolos compartidos dotados de sentido, que surgen de la historia y de la gestión de la compañía, de su contexto sociocultural y de factores contingentes (tecnología, tipo de industria, etc.) pero formada por el proceso de atribución colectiva de sentido a flujos continuos de acciones y reacciones. Estos símbolos importantes se expresan con mitos, ideologías y principios y se traducen en numerosos fenómenos culturales: ritos ceremonias, hábitos; glosarios, léxicos, abreviaciones, metáforas y lemas; epopeyas, cuentos y leyendas; arquitectura, emblemas, etc. (p. 45).

También es posible entender a la cultura organizacional como una herramienta, para Abravanel, et al. (1992) “es eficaz para la interpretación de la vida y del comportamiento organizacional y para la comprensión de los procesos

de decadencia, adaptación y cambio radical en las organizaciones. Porque las organizaciones, de manera ejemplar, a la vez son creaciones sociales y creadoras de significados” (p. 33).

De acuerdo con Schein (1997) existen tres niveles de la cultura organizacional que consisten en: artefactos, valores y supuestos o presunciones. Los artefactos representan la base y los aspectos tangibles y visibles de la actividad cultural. Los valores están representados por los principios sociales, filosóficos y estándares con un valor intrínseco y la esencia de la cultura está representada por supuestos con creencias respecto a la realidad y la naturaleza humana.

Estos tres niveles de cultura no son estáticos ni independientes, se interrelacionan y conforman las creencias y presunciones básicas de la cultura organizacional:

El nivel 1: Producciones...está dado por su entorno físico y social. En este nivel cabe observar el espacio físico, la capacidad tecnológica del grupo, su lenguaje escrito y hablado y la conducta expresa de sus miembros; el nivel 2: Valores, que reflejan en última instancia la manera en que deben relacionarse los individuos, ejercer el poder y pueden ser validados si se comprueba que reducen la incertidumbre y la ansiedad y el nivel 3: Presunciones subyacentes básicas, permite la solución a un problema cuando ésta se ha dado repetidamente y queda a la larga asentada... (Schein, 1988, pp. 30-32).

Esta perspectiva permite la integración interna en el afianzamiento de sus procesos de adaptación, para funcionar como un sistema social, considerando lo anterior, es importante tomar en cuenta, que, si bien las organizaciones están influidas por su contexto, también son afectadas por elementos que se ubican dentro de la organización, como su individualidad y las relaciones de sus miembros.

A pesar de que existen diferentes conceptos de cultura, dependiendo de la perspectiva, todos coinciden en que: es un fenómeno de carácter social, es un conjunto complejo y coordinado de formas que son compartidas por los humanos y se forma por un conjunto de componentes cognoscitivos, intelectuales, psicomotores, afectivos y relacionales, etc. Tal como expone Gordon (1995) la cultura de una organización describe la parte del ambiente interno de la organización la cual incorpora la serie de supuestos, creencias y valores que comparten los miembros de la organización y sirve para guiar su funcionamiento. Es decir, las organizaciones, igual que las huellas digitales, son siempre particulares, cada una posee características propias, su historia, patrones comunicacionales, sistemas y procedimientos, declaraciones de filosofía, principios, valores y mitos que en su totalidad constituyen su cultura.

Ahora bien, en relación con la IO, frecuentemente existen ciertas dificultades al intentar separar el concepto de cultura del de identidad, situación que suele evidenciarse debido a que, con regularidad quienes escriben sobre este tema se valen de uno de los términos para definir al otro. En principio es necesario marcar una diferencia para entender la relación entre los términos:

La IO, es el sentido de pertenencia que tiene el individuo hacia la organización, en donde la cultura organizacional juega un papel central, ya que la IO no es fija ni estática, sino que se va reconfigurando y está en constante proceso de construcción. En este sentido la IO expresa las creencias culturales a la vez que se convierte en un espejo que los otros tienen de la organización. Al mismo tiempo

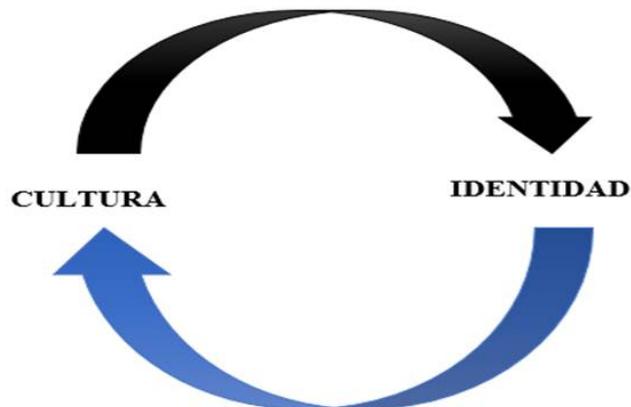
esta puede envolver valores importantes de la organización y estos valores hacen parte de aquello que es central, distintivo y continuo dentro de las organizaciones.

De acuerdo con Etkin (1992) la IO está comprendida dentro de la cultura como elementos establecidos, conocidos y compartidos por el grupo social, aunque existan diferencias entre ellos. Asimismo, Rendón (2007) afirma que la organización no puede abstraerse de la cultura en la cual se encuentra inmersa, ni tampoco logra absorberla totalmente, ya que ella posee proyectos propios; además de tomarse en cuenta el contexto.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando la IO constituye un elemento vital de la vida social, abre las puertas a interpretar la interacción social y el sentido de la acción en un espacio concreto como lo es la organización, por ende, el concepto de IO es inseparable de la cultura organizacional; ya que ésta se forma desde el mundo que nos rodea y de la interacción con los otros.

De acuerdo con Hatch y Schultz (1997) en la cultura organizacional es donde se mantiene y desarrolla la identidad, y donde se conforma la imagen, ya que ésta es representada e interpretada con base en los presupuestos culturales y valores que tiene la organización y los públicos que la rodean, es decir, la manera en cómo se proyecta la organización es a través de la identidad, parte del modelo que plantean los autores explica esta idea (ver figura 2).

La reflexión incrusta la identidad en la cultura



La identidad expresa comprensiones culturales

Figura 2. Dinámica entre identidad y cultura

Fuente: Hatch y Schultz (2002).

El modelo planteado por los autores establece que la cultura y la identidad están inmersas en un proceso dinámico donde son interdependientes, partiendo de la premisa fundamental de que no hay organización sin cultura, debido a que ésta surge en el proceso de la constitución de la organización, en este sentido los elementos culturales van dando forma a la IO, sin embargo, la mera existencia objetiva de una determinada configuración cultural no genera automáticamente una identidad, por lo que resulta oportuno aclarar que los rasgos culturales de la organización no constituyen en sí mismos la IO, sino los referentes identitarios a partir de los cuales los participantes construyen la IO.

Los referentes identitarios aluden a los elementos de la cultura organizacional que son propios de la organización, entre los que destacan las creencias, los valores, las reglas, los símbolos, las costumbres y las prácticas, estas últimas pueden considerarse como las formadoras de conciencia, elemento importante en la construcción de la IO, no únicamente porque a partir de estas los miembros entienden la realidad organizacional, sino porque dan sentido a su comportamiento de tal manera que aceptan sus roles dentro de la organización y las normativas que esto implica, lo que a su vez integra la IO que tiene como sustento los valores y esquemas a partir de los cuales se guía el comportamiento de los participantes.

Una forma de entender la relación entre la cultura y la identidad organizacional es a partir de la metáfora, donde la organización es representada por un árbol que requiere de diversos elementos ambientales para desarrollarse (ver figura 3):

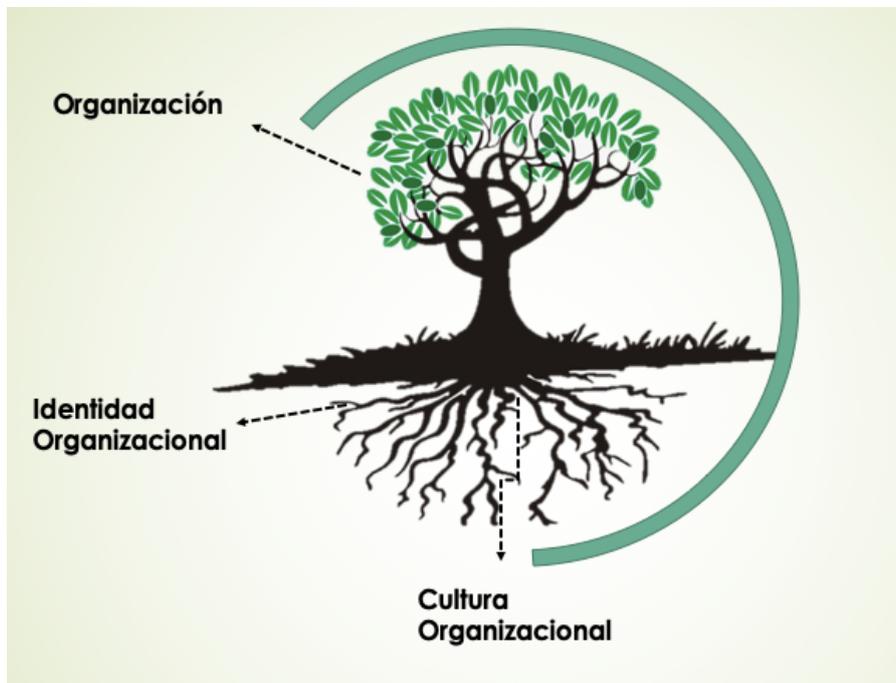


Figura 3. Metáfora de la relación entre la cultura e identidad organizacional
Fuente: Elaboración propia.

Con referencia a lo anterior la cultura organizacional y la IO están estrechamente relacionadas, pero no son lo mismo, la IO, puede considerarse como el efecto de la cultura organizacional, de acuerdo con Tappan (1992) “la identidad son las raíces que dan un sustento y sentido de pertenencia, pero ello debe existir en una tierra, donde se fijen esas raíces y una sustancia que la nutra, y eso es la cultura” (p. 88). Esto implica que la identidad no surge en forma espontánea, se trata de una construcción que los miembros de la organización realizan, a partir de su cultura organizacional. Sin embargo, la IO no es únicamente efecto o reflejo de la cultura organizacional, ésta también es condición necesaria para que tenga lugar; ya que precisamente a partir de los elementos interiorizados es posible transmitir la cultura organizacional.

Reflexiones finales

La identidad es considerada como un fenómeno subjetivo, de elaboración personal, que se construye simbólicamente en interacción con otros. En este sentido la IO es la percepción subjetiva que construyen los miembros de la organización sobre los elementos culturales que constituyen la organización, a estos rasgos se les denomina referentes identitarios.

En el campo organizacional, la IO es un tema clave; ya que es un concepto que permite entender la dinámica organizacional, del mismo modo resulta útil para acercarse a las prácticas simbólicas que recrean el orden cultural que los sujetos crean y recrean en sus acciones demarcadas en un tiempo y espacio, por lo que resulta relevante para redescubrir la parte emocional y significativa de la organización, así mismo, permite entender el complejo sistema de interacciones que tienen lugar en ella.

En este sentido la IO es un proceso de socialización a través del cual los sujetos conocen los repertorios culturales de la organización, donde los mecanismos de transmisión de las normas, valores, símbolos, creencias y pautas de comportamiento se llevan a cabo mediante la interacción comunicativa, es decir la participación en los procesos de comunicación, es lo que permite a los sujetos irse integrando al yo organizacional.

Las interacciones de los participantes en la organización construyen una identidad que permite actuar sobre sí mismos, es decir producirse como integrantes de la organización y al mismo tiempo sobre la organización, dicho de otro modo, producir a la organización; ya que en cierto sentido la IO implica dotar de sentido las interacciones y relaciones sociales que forman la organización.

El proceso de construcción de la identidad tiene cierto grado de complejidad; ya que no es tan sencillo como pudiera parecer; dado que no es suficiente que los individuos formen parte de la organización para que se identifiquen con ella, tampoco basta con que conozcan el complejo simbólico de la cultura organizacional que define y distingue a la organización, es necesario que lo aprehendan y lo asuman, es decir, que lo internalicen, que forme parte de ellos, que se identifiquen con la organización y para que esta identificación tenga lugar se requiere de una red de relaciones sociales (en la organización), para que los individuos vayan apropiándose de la cultura organizacional, donde se establecen las pautas de comportamiento y pensamiento para formar parte de la organización, es decir los criterios para reconocerse y ser reconocidos como miembros de la organización.

Este proceso complejo de construcción de la IO requiere de la participación activa de los miembros de la organización, a través de los procesos de comunicación que es donde se construye y adquiere conciencia del “yo organizacional”, en este sentido no es suficiente que se conozcan los símbolos, valores, reglas, costumbres y prácticas (en un par de palabras, la cultura organizacional), y hacerlo como mera repetición, es necesario que los miembros atribuyan sentido al repertorio de la cultura organizacional, en resumen que los consideren como referentes identitarios. No porque la organización lo “demande”, sino porque realmente tengan una carga significativa para el individuo, de manera que le permitan definirse a sí mismo y a la organización, de

cierto modo que sean útiles para explicar la realidad, guiar sus acciones y darles sentido.

A manera de conclusión, si consideramos que la identidad organizacional supone un proceso subjetivo donde el individuo define sus diferencias y establece sus semejanzas con la organización de la que forma parte, aparece un repertorio cultural donde la comunicación debe tener no sólo un conjunto de significantes, sino un significado para los participantes y la organización en sí misma, en donde la comunicación organizacional es un proceso de creación, mantenimiento y transformación de significados y la interpretación a través de su bagaje cultural y de conocimiento de lo simbólico es muy importante.

Referencias

- Abravanel, H., Allaire, Y., Firsirotu, M., Hobbs, B., Poupard, R., Simard, J., (1992). *Cultura Organizacional: aspectos teóricos, prácticos y metodológicos*. México: Legis.
- Albert, S., Ashforth, B. y Dutton, J. (2000). *Organizational identity and identification: Charting new waters and building new bridges*. *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 13-17.
- Albert, S., & Whetten, D. (1985). *Organizational identity*. En L. L. Cummings, & M. M. Staw (Edits.), *Research in organizational behavior*. Greenwich, CT: JAI.
- Aubert, N. y De Gaulejac, V. (1993). *El coste de la excelencia: ¿Del caos a la lógica o de la lógica al caos?* Barcelona: Ediciones Paidós.
- Beals, R. y Hoijer, H. (1971). *An Introduction to Anthropology*. New York: The Macmillan Co.
- Barba, A. (2013). Administración, teoría de la organización y estudios organizacionales. Tres campos de conocimiento, tres identidades, en *Gestión y estrategia*, julio/diciembre, año 21, No. 44, pp.139-152.
- Barba, A. y Solis, P. (1997). *Cultura en las organizaciones. Enfoques y metáforas en los estudios organizacionales*. México: Vertiente Editorial.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2001). *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrurtu.
- Clegg, S. R., & Hardy, C. (2006). Introduction. Organizations, Organization and Organizing. En S. R. Clegg, C. Hardy, & W. R. Nord (Edits.), *Handbook of Organization Studies* (págs. 1-28). London: SAGE.
- Contreras-Armenta, C. y Hernández, R. (2011). *Antecedentes teóricos y niveles de análisis de la identidad organizacional*. *Revista electrónica Nova Scientia*, 158 - 179.
- Dávila, C. (2001). *Teorías organizacionales y administración, enfoque crítico*. México: McGraw-Hill.
- De la Rosa, A. y Contreras, J. (2007). El partido político: entre la ciencia política y los estudios organizacionales, *Polis*, 3 (2), pp. 17-67.
- Deal, T.E. y Kennedy, A. (1999). *The New Corporate Cultures*. Perseus books
- Dutton, J. E. (1994). *Organizational Images and Member Identification*. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239-63.
- Elgarte, R. (2009). *Contribuciones del psicoanálisis a la educación*, *Educación, Lenguaje y Sociedad* 6 (6).
- Erikson, E. (1971). *Identidad, juventud y crisis*. Buenos Aires: Ed Paidós.
- Erikson, E. (1963). *El problema de la identidad del "yo"*, en *Revista Uruguaya de psicoanálisis*, Asociación Psicoanalítica del Uruguay (APU).

- Etkin, J. y. (1992). *Identidad de las organizaciones. Invarianza y cambio*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Etzioni, A. (1965). *Organizaciones Modernas*. México: Prentice Hall.
- García, A. (2007). "La construcción de las Identidades", en Cuestiones pedagógicas: Revista de ciencias de la educación, Núm. 18, España, Universidad de Murcia, pp. 207-228.
- Giménez, G. (1986). La ficha de identidad individual. Tomado de Morin, Edgar (1980), *La méthode*, 2, La vie de la vie, París, Seuil, pp. 269-273. En *Teoría y el análisis de la cultura* (Vol. dos, pp. 13-17). México, DF.: CONACULTA.
- Valenzuela Arce, José Manuel [coord.], *Decadencia y auge de las identidades*, México: El Colegio de la Frontera Norte, Plaza y Valdés.
- Gordon, J.(1995). *Comportamiento Organizacional*. México: Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Gonzales-Miranda, D. (2014). Los estudios organizacionales. Un campo de conocimiento comprensivo para el estudio de las organizaciones. *Innovar*, 24 (54), pp. 43-58.
- Hall, R. (1996). *Organizaciones estructuras y procesos*. España: Editorial Dossat.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356-365.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, 55, 989-1019.
- Hatch, M., y Schultz, M. (2004). *Organizational Identity. A reader*. Ney York: Oxford University Press Inc.
- Hidalgo, G. (2015), *Construcción de la Identidad Organizacional en una Universidad Intercultural*. Caso: Universidad Intercultural del Estado de Tabasco (Tesis para obtener el grado de Doctora en Estudios Organizacionales), México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Ibarra, E. (2006). ¿Estudios Organizacionales en América Latina? Transitando del centro hacia las Orillas", en De la Garza Toledo, Enrique. *Teorías sociales y estudios del trabajo: nuevos enfoques* (pp. 88-107). México: UAM y Anthropos.
- Jenkins, R. (2004). *Social identity*. London: Routledge.
- Karremann, D. y Alvesson, M. (2001), Making newsmakers. *Organization Studies*, 22 (1) pp. 59-90.
- Larraín, J. y Hurtado, A. (2003). *El Concepto De Identidad*. Revista FAMECOS. Porto Alegre. N° 21, Chile.
- Mead, G. H. (1968). *Espíritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- Montaño, L. (2004). El estudio de las organizaciones en México, una perspectiva social. En L. Montaño Hirose (Ed.), *Los estudios organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad*. (pp. 9-39). México: UAM-I, Universidad de Occidente, Miguel Ángel Porrúa.
- Montaño, L. (2007). *Enigmas y laberintos. Eugene Enriquez y el análisis organizacional*. México: UAM Iztapalapa y REMINEO.
- Moessinger, P. (2000). *Le jeu de l'identité*. París: PUF. Reseña realizada por De Gaulejac, Vincent (2001), *Ethnologie française*, núm. 3, 561-562 julioseptiembre. Presses Universitaires de France.
- Olivé, L. (1999). *Multiculturalismo y pluralismo*, México: Paidós.

- Parker, M. (2000). Culture, language and representation. En *Organizational Culture and Identity: unit and division of work*. Inglaterra: Sage.
- Pastor, B. y Roberts E. (2005). *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*. México: Alianza Editorial.
- Parsons, T. (1984). *El sistema social*. Madrid: Alianza Editorial
- Pendersen, J. y Sorensen, J. (1989). *Organizational cultures in Theory and Practice*. Aldershot, Hants, England; Brookfield, USA: Avebury
- Pettigrew, A. (1979). On studying organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24, 570-581.
- Piqueras, A. (1996), *La identidad valenciana. La difícil construcción de una identidad colectiva*, Madrid, España: Escuela Libre, Editorial, Institutió Valenciana D`estudios I Investigació.
- Reed, M. (1996) Organizational Theorizing: a historically contested terrain", en Clegg, Stewart R. Cynthia Hardy y Walter Nord, *Handbook of Organizations Studies*, (pp. 31-56). Londres: Sage.
- Reed, M. (2006). Teorización organizacional: campo históricamente controvertido, en Clegg, R., Hardy, C., & Nord, R. (Edits.). Ramírez, G. y René, D. (editores de la versión en español) (2006). *Tratado de Estudios Organizacionales*. Sage, EAFIT, REMINEO, UAM.
- Rendón, M. (2007). *Cultura e institución*. El caso de una pequeña empresa familiar. In M. Rendón Cobián, Organización y Cultura. Tradición, poder y modernidad en México. (pp. 207 - 234). México: UAM Iztapalapa.
- Sainsaulieu, R. (1977). *L'identité au travail: les effets culturels de l'organisation*. Paris: Fundación Nacional de Ciencias Políticas.
- Scott, R. (1981). Capítulo 1: The subject is organizations in *Organizations en Rational, natural and open systems* (pp. pp 3-26) New Jersey: Prentice Hall.
- Schein, E. (1997). *Organizational culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*. Barcelona: Plaza & Janes Editores. P.
- Tappan, M. (1992), "Cultura e identidad", en Méndez y Mercado, Leticia Irene [comp.], *I Seminario sobre identidad*, México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Välilä, Jussi (1998). *Culture and Identity in Higher Education Research*. *Revista Higher Education*, 2 (36), pp. 119-138.
- Valenzuela A. (2000). *Decadencia y auge de las identidades*, México: El Colegio de la Frontera Norte, Plaza y Valdés.
- Whetten, D. y Mackey, A. (2002). A social actor conception of organizational identity and its implications for the study of organizational reputation. *Business & Society*, 41(4), 393-414.
- Zey-Ferrell, M. (1981). Criticism of the dominant perspective on organizations. *The Sociological Quarterly*, 22, pp. 181-205.

Notas

- 1 Una organización empieza a distinguirse de otras desde su origen, a partir de tener claros aspectos como sus objetivos, misión, visión en principio y conforme pasa el tiempo elementos como la imagen y la cultura organizacional van constituyendo su identidad.