

ANÁLISIS INSTITUCIONAL

CÁTEDRA BRONSTEIN

“Es bien sabido que el corazón tiene que ser regular, de lo contrario morimos. Pero el cerebro tiene que ser irregular; de lo contrario tenemos epilepsia. Esto muestra que la irregularidad, el caos, conduce a sistemas complejos. No se trata de desorden. Por el contrario, yo diría que el caos posibilita la vida y la inteligencia”

Ilya Prigogine

En los últimos años han surgido nuevas perspectivas para comprender a las organizaciones sociales humanas (empresas, reparticiones públicas, partidos políticos, ONGs, sindicatos, etc.) a partir de reconocer el carácter lingüístico y complejo de las mismas. Hoy se reconoce que los modelos mecanicistas sobre los cuales se asentaban las distintas vertientes explicativas son insuficientes para comprender la complejidad del fenómeno y limitan las posibilidades de la intervención y la gestión de las organizaciones.

Tradicionalmente, el estudio de la Comunicación en las Organizaciones ponía el foco sobre la gestión de la comunicación organizacional, planteando la importancia de la comunicación como herramienta de gestión estratégica y presuponiendo, a la vez, un modelo de comunicación lineal que otorgaría cierta eficacia operativa. La mayoría de la bibliografía y los trabajos sobre el tema se concentran en esta problemática, tratando de optimizar las herramientas de gestión, pero sin reconocer el problema de utilizar un cuerpo teórico bastante endeble.

El fundamento de este curso es que la *Gestión de la Comunicación en las Organizaciones* es la punta del iceberg de un campo mucho más rico e interesante que surge al entender la dinámica de las organizaciones y sus componentes a partir de definirlos como sistemas complejos autorreferenciales (SCA) en el dominio comunicacional. Toda *Organización Social Humana* se caracteriza por la emergencia de una nueva entidad que presenta estabilidad estructural en el dominio lingüístico y cuya existencia está definida por las redes conversacionales que la constituyen como sistema, diferenciándola del entorno.

Esta definición nos permite encarar el desarrollo de una *Teoría Comunicacional de las Organizaciones* (TCO) que tenga en cuenta los aportes teóricos y experiencias prácticas de otras disciplinas afines a la problemática de los sistemas complejos autorreferenciales, de tal forma de poder ir construyendo un cuerpo teórico que permita explicar, y no sólo describir, la dinámica organizacional y el rol constitutivo de la comunicación.

Para esto, debemos establecer como base de análisis a la Teoría de Sistemas, la cual nos brinda un concepto unificador de los significados referentes a las nociones de complejidad, comunicación, autoorganización, mecanismos y sociedad.

Esta orientación hacia la transdisciplinariedad no significa que el fenómeno organizacional sea reducido a hechos psicológicos, biológicos o mecánicos mediante un proceso reduccionista, sino que se aprovechará todo el potencial de las explicaciones estructurales para comprender toda la complejidad del campo institucional y organizacional.



Objetivo general

- Entender la dinámica institucional y organizacional a partir del desarrollo de una Teoría Comunicacional de las Organizaciones que nos brinde las herramientas para gestionar la comunicación organizacional

Objetivos específicos

- Entender a la comunicación como constitutiva de las organizaciones.
- Reconocer a las organizaciones como formas en el dominio comunicacional
- Conocer las leyes que gobiernan la dinámica de los sistemas autoorganizados: de la naturaleza a la sociedad.
- Entender a las organizaciones como sistemas complejos autorreferenciales.
- Entender los mecanismos utilizados en una Organización para su funcionamiento y las distintas formas de comunicación de la Organización con su entorno.

- Aprender los distintos instrumentos comunicacionales que hacen al management y a la dinámica organizacional.
- Comprender como interactúa la Organización a través de los sistemas de Relaciones Institucionales, Publicidad y Política de Medios.
- Diseñar un Plan Estratégico de Comunicación para optimizar la gestión de la comunicación organizacional.

Evaluación

1 Parcial
1 Trabajo práctico

***Teóricos obligatorios**

Modalidad de la cursada virtual

- Las clases teóricas se desarrollarán semanalmente vía la plataforma zoom.
- Las clases prácticas consistirán en el envío semanal, vía correo electrónico (lista de correo), de la bibliografía de la fecha, la clase transcripta y ejercicios que el/la alumno/a deberá realizar en base a las lecturas. Habrá un ida y vuelta con las y los alumnas/os.

Docente titular:

Víctor Bronstein

JTP:

Alelí Jait

INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES EN LA COMUNICACIÓN

1- Campo, problema y método

El campo del Análisis Institucional. La Sociedad Organizada. El observador y la descripción. Explicación y comprensión. Complementaridad de las descripciones. Elementos, relaciones y límites de un sistema. Sistemas sociales: Interacciones, Organizaciones y Sociedades. Lo humano como entorno de lo social. Lo institucional como entorno de la organización. Dominios de existencia, de operación y de interacción. De la comunicación en las organizaciones a las organizaciones en la comunicación.

Bibliografía:

-Lyotard, J.F., "Introducción: 1) El campo: el saber en las sociedades informatizadas. 2) El problema: la legitimación. 3) El método: los juegos de lenguaje", en *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*, Ediciones Cátedra, Buenos Aires, 1987.

-Lappassade, G. "Grupos, Organizaciones, Instituciones", Editorial Gedisa, Barcelona, 1977.

-Von Wrigth G.H., cap. 1: "Dos tradiciones", en *Explicación y comprensión*, Alianza Editorial, Madrid, 1987.

-Varela, F., "Primera conferencia: Know how y know what", en *Ética y acción*, Editorial Dolmen Ensayo, 1996.

-Luhmann, N., "Introducción: Cambio de paradigma en la teoría de sistemas", en *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*, Antrhopos editorial, Barcelona, 1998.

-Paenza, A., "El experimento", artículo publicado en el diario Página/12.

2- Elementos para una teoría comunicacional de las organizaciones

Comunidad y Sociedad. Mecanismos y toma de decisiones. Sistemas complejos y evolución. Acople estructural y evolución de las formas. Naturaleza y cultura. Identidad y organización. Cibernética y comunicación. Interacciones locales y conductas globales. Las utopías del management: empresas flexibles, organizaciones inteligentes, estrategias competitivas. Autopoiesis de la sociedad. Fundamento emocional de los sistemas sociales.

Bibliografía:

-Bronstein V., "Introducción a los sistemas complejos", material de cátedra.

-Nisbet, R., cap. 1: "Las ideas-elemento de la sociología", en *La formación del pensamiento sociológico*, Amorrortu editores, Madrid, 2003.

-Mayntz, R., cap. 1: "La sociedad organizada", en *Sociología de la Organización*, Alianza editorial, Madrid, 1980.

-Levi Strauss, C, "La historia explicada por las amebas", artículo publicado en el diario Clarín 12/03/2010.

EL CARÁCTER LINGÜÍSTICO DE LAS ORGANIZACIONES

3- Complejidad y comunicación

Las organizaciones como "organismos lingüísticos". Lo hecho y lo nacido. Propiedades emergentes. Autonomía, clausura operacional y límites de la organización. Las organizaciones como sistemas cognitivos. Tensiones entre la organización y la autonomía de los componentes. Evolución de los sistemas complejos adaptativos. La organización egoísta.

Bibliografía:

-Bronstein, V., Gaillard, J.C., Piscitelli, A., "La Organización Egoísta". En J. M .Delgado & J. Gutiérrez (eds). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis, 1994.

-Luhmann, N. "Teoría de la Sociedad", "Sistemas sociales", en *Teoría de la sociedad y pedagogía*, Ed. Paidós Educador, 1º ed., España, 1992.

-Luhmann, N. cap. 10 "Sociedad de Riesgo", Universidad de Guadalajara, 1992.

-Kelly, K, "Fuera de Control: El surgimiento de la civilización neo-biológica".

- Hofstadter, D., Dennett, D., "Preludio y fuga de hormigas", en *El ojo de la mente*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1983.

4- Comunicación y modelos de comunicación.

El fenómeno comunicacional. Modelos de comunicación: Tradición racionalista y tradición hermenéutica. La comunicación como proceso. La concepción estructuralista. Concepto de información. Análisis crítico del modelo de Shannon: su validez y sus limitaciones en la comunicación organizacional. Semiótica organizacional. Emociones y comunicación. La comunicación como coordinación de conductas y emociones.

Bibliografía:

-Bronstein, V. Gaillard, J.C., *La Comunicación en las organizaciones*, Mimeo, INAP, Buenos Aires, 1994.

- Prigogine, I., "El futuro no está escrito", artículo publicado en el diario Clarín 11/09/2000.

5- Pensamiento organizativo y comunicación

Análisis comunicacional de las principales escuelas organizacionales: El modelo burocrático weberiano, Taylorismo, Relaciones Humanas, Sistémica. Burocracia y comunicación. Aprendizaje en las organizaciones. Información y toma de decisiones. La organización como red conversacional. Circulación de los mensajes. Espacios comunicacionales en la organización.

Bibliografía:

-Roger y Roger, *La comunicación en las organizaciones*, México, McGraw-Hill, 1980.

-Eldin, Francois, *El management de la comunicación*, Buenos Aires, Edicial, 1998.

6- Comunicación para la acción

Actos de habla. Las conversaciones de la red: Conversaciones para crear posibilidades y conversaciones para la acción. Compromisos y acuerdos. Roles, acuerdos de 2do. Orden y funcionamiento organizacional. Las formas ilocucionarias en la organización: Declarar, afirmar, pedir y comprometerse. Niveles organizativos y competencias lingüísticas. La escucha en el trasfondo. Cultura de la organización.

Bibliografía:

-Bronstein, V. Gaillard, J.C., *La Comunicación en las organizaciones*, Mimeo, INAP, Buenos Aires, 1994.

GESTIONAR Y CONVERSAR

7-La comunicación de las organizaciones

Organizaciones y entorno. Con quién se comunica la organización. Los responsables de la comunicación. Imagen corporativa. Los públicos de la organización. Segmentación y herramientas comunicacionales. Manual de gestión comunicativa. La dirección de comunicación. Normas generales de comunicación.

8-Gestión de la comunicación

Plan estratégico de comunicación. La función comunicación en la organización. Comunicación del No. 1. La comunicación financiera. Patrocinio. Comunicación de Crisis. Relaciones con la prensa y plan de medios. Objetivos y características de la publicidad institucional. El rol de las relaciones públicas. Lobbies y comunicación.

Bibliografía:

-Villafañe, J., *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas*, Pirámide, España, 1998.

-Sanz de la Tajada L., *Auditoría de la imagen de la empresa. Métodos y técnicas de estudios de la imagen*, Editorial Síntesis, Madrid, 1996.

Bibliografía optativa

De Geus, A. "La empresa viviente"

Fiske, John, "Introducción al estudio de la comunicación"

Flores, F. "La empresa del siglo XXI"

Kelly, K, "Fuera de Control: El surgimiento de la civilización neo-biológica"

Kliksberg, B. "El Pensamiento Organizativo"

Maturana H. y Varela F. "El árbol del Conocimiento"

Regouby, Christian, "La comunicación Global"

Senge, Peter, "La nueva tarea del líder: crear organizaciones que aprendan"

Nisbet, R. "La formación del pensamiento sociológico"

Simon, H. "La ciencias de lo artificial"

Von Foerster, H. "El extraño comportamiento de los sistemas complejos"