

**Aportes de la Psicología Social de las Organizaciones para la comprensión de la
Identidad Organizacional**

Psicología del Trabajo y las Organizaciones

Cristian Iván Palmar Peñuela

Luis Felipe González Gutiérrez

Director

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias de la Salud

Facultad de Psicología

Bogotá, noviembre de 2015

Tabla de Contenido

	Pág.
Resumen	5
Abstract	6
Problematización	7
Planteamiento del problema	7
Pregunta problema	12
Justificación	13
Objetivos	15
General	15
Específicos	15
Marcos de Referencia	16
Marco epistemológico y paradigmático	16
Marco disciplinar	21
Marco interdisciplinar	27
Antecedentes investigativos	34
Marco metodológico	42
Método	42

Técnica e Instrumentos	47
Estrategia de recolección de la información	48
Categorías de sistematización	49
Participantes	49
Procedimiento	50
Consideraciones éticas	53
Resultados	55
Discusión de resultados	70
Conclusiones	77
Aportes y limitaciones	80
Referencias	83
Anexo. Modelo de fichas elaboradas a partir de la obra en estudio	91

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Modelo del formato aplicado la elaboración de los resúmenes Analíticos</i>	51
Tabla 2. <i>Modelo relacional aplicado en la matriz de sistematización por categoría</i>	51
Tabla 3. <i>Ejemplo de matriz de integración Psicología Social de las Organizaciones</i>	52
Tabla 4. <i>Ejemplo de matriz de integración Identidad Organizacional</i>	52
Tabla 5. <i>Matriz de sistematización por categoría Psicología Social de las Organizaciones</i>	55
Tabla 6. <i>Matriz de integración Psicología Social de las Organizaciones, conceptos</i>	64
Tabla 7. <i>Matriz de integración Identidad Organizacional</i>	66

Resumen

Esta investigación busca identificar los aportes de la obra *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*, de Leonardo Schvarstein, a la *identidad organizacional*, con el fin de visibilizar los aportes relevantes a la psicología del trabajo y las organizaciones, para este ejercicio se asume la perspectiva investigativa y metodológica cualitativa, que tiene como base epistemológica el construccionismo social y la psicología social de las organizaciones, y se llevó a cabo mediante la herramienta metodológica de análisis de contenido aplicada al texto guía de la investigación, la cual permitió la integración e interpretación de los conceptos emergentes para la comprensión de la identidad organizacional, esto desde la construcción de matrices de sistematización e integración que constituyeron los instrumentos de recolección de información. El resultado y sus aportes disciplinares e interdisciplinares puede sintetizarse en el análisis de la manera como mediante la psicología social de las organizaciones se comprende la identidad organizacional, según los planteamientos de Schvarstein.

Palabras clave: Identidad Organizacional, Psicología Social, Organización.

Abstract

This research aims to identify the contributions of Leonardo Schvarstein's work *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*, to the organizational identity, in order to visualize relevant contributions to the psychology of work and organizations. This exercise assumes the qualitative research and methodological perspective, whose epistemological basis is social constructionism and social psychology of organizations, and carried out by the methodological tool of content analysis applied to textbook research, which allowed the integration and interpretation of emerging concepts for the understanding of organizational identity, through the construction of matrices of systematization and integration, that were the data collection instruments. The result and the disciplinary and interdisciplinary contributions can be summarized in the analysis of the way through the social psychology of organizations is understood the organizational identity, according to the premises of Schvarstein.

Keywords: Organizational Identity, Social Psychology, Organization.

Problematización

Planteamiento del Problema

El presente trabajo es una revisión documental de los aportes a la psicología organizacional de Leonardo Schvarstein desde su obra: *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*; pretende abordar la relación existente entre los aportes de este autor argentino (a partir de su postura particular sobre la psicología social en las organizaciones) al concepto de identidad organizacional, desde una mirada cualitativa, que invite al desarrollo de temáticas desde el concepto mismo de identidad y su relevante rol en la psicología organizacional.

Abordar la identidad dentro del campo organizacional presupone manejar las relaciones sociales y sus ideologías desde diferentes ámbitos, como el familiar, académico y social, lo cual permite construir esa identidad individual y apropiarse de la misma como miembro de un grupo específico; de esta manera, se describen algunos autores y sus conceptos, para dar cuenta de esta riqueza de relaciones frente a la identidad en las organizaciones. Goffman (1959), por ejemplo, plantea aquellos escenarios donde interactúa el ser humano, dando cuenta de la realidad que vive y la identidad que junto a esta representa, al respecto afirma, “la vida de los sujetos y sus propias relaciones, asumen roles específicos para cada actor social y su forma de establecer disposiciones que responden a demandas temporalmente aceptadas” (p. 35).

Si bien desde la psicología se trabajan aspectos específicos de las relaciones del ser humano en los diferentes ambientes que logran su desarrollo, una disciplina que trabaja en conjunto con la anterior y aporta a la comprensión de estas relaciones es la sociología, que

según Gonnet (2012, citado en Gonnet, 2014) se asemeja a una estructura organizacional, como el equivalente entre el trabajo que se realiza en esta y un sistema social, con el fin de realizar una justificación estratégica, es decir, que esta misma es un interventor social directo que se dirige al cumplimiento de objetivos y fines específicos.

No extraña, por ello, que desde el ámbito de la sociología emerja el aporte de Castells en la comprensión de la identidad social, para él: “todas las identidades sociales son construidas, lo que entra a ser relevante es la forma en que los individuos y sociedades plantean y reordenan proyectos sociales culturales implantados dentro de su estructura social y en su marco espacio-temporal” (1996, p. 52). En ese sentido, la identidad es un constructo que día a día se encuentra en periodo de actualización, a partir del conjunto de experiencias, relaciones, información y nuevas costumbres de vida que se van adquiriendo, dadas las diferentes formas de relacionarnos dentro de la sociedad con individuos que generación a generación aportan características adoptadas de modernidades y nuevas maneras de pensar que confrontan el sentido del ser dentro de un espacio social.

Dada la amplitud del concepto de identidad, recibe aportes de diversas disciplinas, algunos de cuyos abordajes se enunciarán en el marco interdisciplinar. En el sentido que acá interesa, la identidad organizacional se construye a través de dinámicas relacionales enfocadas al logro mismo de la empresa, en tanto esta incentiva al trabajador para desarrollarse laboral y personalmente en virtud de su desempeño laboral mismo. Lo anterior permite pensar que la identidad hace parte de las definiciones del yo, que se deriva del sentido de pertenencia que adquiere al ser parte de un grupo social, esto ligado a aspectos emocionales y valorativos que se forjan gracias a la interacción y socialización laboral (Tajfel y Turner, 1982, citados por Morianoa, Topa, Valeroa y Lévyb, 2009).

La organización es el elemento principal que le permite a individuo construcciones sociales y respuestas acerca de su desarrollo individual, respecto a su identidad, surgiendo así una “identificación organizacional”, la que a su vez sería un sinónimo ideal para identificación social. Esto sugiere que el individuo se incorpora motivacionalmente para la consecución de objetivos comunes e individuales, lo que crearía una relación directa con la organización (Morianoa et al., 2009). Sin embargo, según Jenkins (1996, citado en Burbano, Castillo y Rengifo, 2002), la identidad laboral se plantea como el cambio que propenden diferentes instituciones en el individuo y esto suele denominarse como contexto para la construcción de una identidad laboral. A esto puede atribuirse que dicha identidad laboral se va tejiendo desde el intercambio de ideas y significados con otros individuos que conforman determinado grupo social; dicho grupo se enfoca, en este caso, hacia el mundo laboral donde la identidad que se construye va de la mano con el rol que cada sujeto desempeña dentro de su contexto de trabajo; de allí que Pulido (2000, citado en Burbano et al., 2002) se refiera a la identidad construida por medio de su campo laboral afirmando que: “los grupos ocupacionales que surgen del trabajo, son en sí mismos fuentes de identidad a nivel individual y social, permiten o hacen posible la construcción de significaciones que se le asignan al desempeño de trabajos específicos” (p. 60).

En este sentido, Berger (2000, citado en Burbano et al., 2002) considera que el trabajo es una herramienta que facilita una construcción de lo propiamente humano, lo que significa que este medio es la fuente que brinda una identidad al individuo y a su entorno, por las funciones que desarrolla en el mismo, lo cual lo da a conocer ante otros de una forma única que permitirá crear un perfil desde el cual pueda plantearse una descripción e identificación de sí mismo como actor principal respecto a las labores a desarrollar dentro de una organización.

En este ejercicio documental e investigativo el objetivo radica en visibilizar e indagar cuál es la relación y aportes del concepto de identidad organizacional con la psicología social de las organizaciones, así como desde otras miradas que parten de estudios realizados en relación a la PTO (Psicología del Trabajo y las Organizaciones). Para comprender esta relación es necesario como primera medida identificar el significado del concepto identidad, abordado al inicio del escrito desde diferentes posturas teóricas y organizacionales; esta se describe como la forma en que cada sujeto o individuo se da a conocer al entorno y por lo cual se le puede reconocer como integrante de una sociedad que cumple con una función específica al llevar a cabo actos, pensamientos e ideas que van caracterizando su temperamento y el alcance de sus conocimientos, entre otros procesos que ayudan a crear una imagen de cada persona para alcanzar lo que se asume como identidad.

La identidad ha sido un concepto cada día más presente en muchos estudios, por cuanto ofrece un mayor entendimiento dentro de las organizaciones. Este tema ha generado gran inquietud principalmente en la forma como debe entenderse la percepción de los individuos y su categorización de sí mismos en cualquier grupo al que pertenezcan (Contreras y Hernández, 2011).

La identidad es un concepto que se reproduce en la relación individuo-sociedad, esta significa que el tema de la identidad está ligado a lo que es necesario resaltar dentro de esta investigación, que va encaminado hacia su relación con la sociedad. Se trata de lo que Castells (1996) plantea al afirmar que la sociedad ha sufrido un cambio en cuanto a la posición que ocupa referente a las tecnologías que emplea para definir las características informáticas de la relación entre las redes organizacionales y el sujeto como empleado, y como esta aflora características específicas desde una posición global y no individual; sin embargo, los seres

humanos no se desenvuelven como seres independientes, sino que su cotidianidad gira en torno a los intereses ligados al sistema que utiliza, los grupos de discusión que visita y las relaciones en el espacio que ocupa, elementos que a diario van incluyendo aportes para la construcción de una identidad personal.

De allí que para Albert y Whetten (1985), la identidad en el ámbito organizacional “es un conjunto de afirmaciones e historias persistentes acerca de la naturaleza única de la organización” (p. 290), en base a las cuales la identidad se crea dependiendo del espacio en el que se esté presente, que en este caso se determina como una organización donde las experiencias son diferentes al de un espacio académico.

Otra postura apunta a que la identidad en contexto organizacional puede ser interpretada como un rasgo activo potencial o recurso, según Fiol (1991) y Gioia (1998). Pero puede también relacionarse psicológicamente con aquellos procesos cognitivos, esquemas interpretativos, estructuras de conocimientos, afectos y/o valores comunes, así como la conducta que puede determinarse en relación con esa identidad alcanzada en el campo organizacional (Fiol, 2002).

La psicología organizacional continuamente pretende encontrar una identidad donde pueda entenderse principalmente lo que “se-es” dentro de dicho espacio, puesto que en este proceso es frecuente encontrarse con respuestas que se generan de forma colectiva o autobiográfica desde cada integrante de una organización. Gergen (1996) lo explica a partir de la auto-narración, donde se evidencia la identidad del sujeto ligada a la realidad desde las interacciones y sus relaciones dentro de esa misma auto-narración, que establece no sólo su vida personal sino esencialmente su identidad social.

En virtud de lo anterior, la perspectiva de Schvarstein se hace relevante para abordar comprensivamente la identidad organizacional, en tanto, desde ella, la identidad es un constructo cualitativo de rasgos específicos del individuo, rasgos que le permiten constituir formalmente su identidad y así determinar las diferentes modalidades de relación con sus pares, esto es posible gracias a que en la organización se desarrollan patrones de comunicación y convivencia que posibilitan la materialización, la estructura y las formas esenciales de la identidad.

Así mismo, para Schvarstein la identidad se constituye en un componente psicológico en la organización, dado que se presenta en cada uno de los individuos que hacen parte de la misma, desde los cambios personales hasta los cambios como grupo instaurado de trabajo, los cuales abarcan tanto rasgos de lenguaje específico como cambios significativos en el comportamiento; esto unifica diferentes cualidades y particularidades específicas de cada integrante de la organización, aparte de convertirse en un factor cambiante, en la medida en que responde a todo aquello que va vivenciando el sujeto en la organización y a la labor que en ella desarrolla.

Pregunta problema

Lo anterior conduce a formular como pregunta problema, y por tanto como cuestionamiento central que guiará cada paso del presente trabajo, en los siguientes términos: ¿cuáles son los aportes de Schvarstein, en particular desde su obra *La psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*, al concepto de “identidad” en el ámbito de la psicología organizacional?

Justificación

Un creciente auge organizacional posibilita en la actualidad el crecimiento, tanto económico como cultural, de muchos países. Se trata de una dinámica sostenida por la productividad de la que son capaces las organizaciones y empresas, que aportan a dicho crecimiento desde su organización interna, tanto con el movimiento económico como con talento humano vital. Ahora bien, para que el talento humano sea una parte que engrane con la organización es necesario que sus integrantes se sientan cómodos con la posición que ocupan dentro de la misma.

El desarrollo humano y de recursos personales es importante en la perspectiva de esta investigación, en tanto parte de este es producto de la interacción en el grupo al que el individuo pertenezca, lo que le permite crear una identidad que se constituye en un punto vital para las relaciones sociales y su manera de pensar, y que atraviesa diferentes esferas de la persona, tales como la familiar, el ámbito académico y social. Esto permite que los lazos que la persona forje en la organización le permitan construir una identidad individual y colectiva, apropiándose de la misma como participante específico de esta.

Goffman (1959) hace énfasis en los espacios que emplea el individuo en el marco de la realidad que este vive y como estos construyen la identidad, así como en el poder que se le otorga a la misma como potenciadora de capacidades emocionales, manuales y vitales, que son utilizadas para una mayor adaptación al ambiente organizacional, por esta razón, la calidad de vida de estos sujetos como actores directos les permite apropiarse de sus relaciones y los roles que asumen como actor social y constructor de productividad en la organización.

La identidad se define como un elemento fundamental, que la organización utiliza a su favor, por la competitividad que esta genera, ya que se convierte en un factor potenciador en el

desarrollo de gestiones operativas y de diseño, entre otras; dicha identidad se manifiesta mediante acciones verbales, culturales y ambientales, instituyendo una práctica esencial pluridisciplinar en el interior de la organización que permite una mejor proyección frente a otras organizaciones del sector (Costa, 1992, citado en Ortiz, 2008).

Desde la disciplina de la sociología, se asemeja a una combinación organizacional dado el equivalente entre la labor que esta cumple y un sistema social, con el objetivo de crear un arreglo estratégico que permita al grupo de trabajo, como sociedad conjunta, un mayor desarrollo hacia la obra-labor, es decir, que se constituye en un líder social directo que se orienta al cumplimiento de objetivos y órdenes específicos (Gonnet, 2012, citado en Gonnet, 2014).

Esta investigación se propone, entonces, indagar las diferentes relaciones entre la Psicología Social de las Organizaciones y la Identidad Organizacional, desde un método cualitativo, que conduce al desarrollo de tópicos explícitos, como el concepto mismo de identidad, así como la manera como esta se articula con el ambiente organizacional, a partir de un análisis categorial del texto *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*, de Leonardo Schvarstein, con el propósito de identificar los aportes disciplinares que sobre la identidad organizacional hace el autor desde su obra.

Objetivos

General

Comprender los aportes de la psicología social de las organizaciones de Leonardo Schvarstein al concepto de identidad organizacional, a partir de una postura cualitativa.

Específicos

- Identificar el concepto de identidad organizacional desde la psicología social de las organizaciones, desglosado en el texto de Leonardo Schvarstein *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*.
- Analizar el impacto en la identidad organizacional y laboral, desde la concepción de Schvarstein y sus aportes a la Psicología de las Organizaciones y el Trabajo.

Marcos de Referencia

La construcción de los marcos de referencia teórica se asume desde los temas fundamentales vinculados con los objetivos propuestos, desde el enfoque epistemológico (Construccionismo Social), que constituye la opción metodológica que guía este ejercicio investigativo, así como desde las diversas perspectivas analizadas en orden a hacer explícitos los aportes teóricos de la investigación, por ello se abordarán ítems importantes como: psicología social de las organizaciones, psicología social, identidad organizacional, cultura organizacional, clima organizacional, procesos y etapas de desarrollo del individuo, entre otros, temas todos que tienen un lugar al momento de analizar las dinámicas de configuración de la identidad del individuo, en particular de lo que acá se comprende como identidad institucional.

Marco Epistemológico y Paradigmático

Para el presente trabajo resulta oportuno realizar un abordaje teórico desde una perspectiva epistemológica construccionista social, opción discursiva antepuesta a la vida cotidiana y cognitiva, que se mantiene al estudiar la relación entre la realidad y el sujeto que conoce de la misma; dicha concepción, proviene de los cambios que se adjudicaron contextualmente a las ciencias de la filosofía y la sociología durante los años setenta y ochenta del anterior siglo (Cañón, Peláez y Noreña, 2005). Se trata de una de las nociones posmodernas de la psicología social, que comparte con otros enfoques la crítica a las prácticas y procedimientos de la concepción neopositivista de la ciencia y el rechazo de esta como saber privilegiado (Cañón et al., 2005).

En lo planteado por Liebrucks (2001), el construccionismo social como movimiento moderno de la psicología, posibilita comprender y entender las prácticas discursivas que se generan en los procesos sociales y culturales de un determinado espacio, que hacen que la comunicación e interacción de dicho ambiente fluya a través de las prácticas específicas que se lleven a cabo, con el fin de tener un discurso adecuado que permita al enfoque dominar la dialéctica de dicho entorno.

Según Cañón et al. (2005), el construccionismo social se considera dentro de la ciencia como un enfoque epistemológico, disciplinar y una metateoría, esto es porque dicho enfoque constituye una apertura teórica que busca las soluciones y explicaciones para la dinámica de una sociedad, para comprender las orientaciones de la acción de dicha sociedad. Cuando se habla de una metateoría, se hace énfasis no solo en los conceptos e ideas del estudio epistemológico de la teoría misma, sino en los significados y deducciones existenciales y prácticas, pues es una exploración crítica, teórica, pero no solo de ideas, puesto que incluye acciones vinculadas con compromisos sociales y convicciones epistemológicas, comunitarias y políticas; esta puede recuperar una historia vivenciada, encontrar su propio sentido, sus líneas de poder y encaminarlas hacia ejercicios futuros.

La epistemología construccionista social emerge así como una nueva forma de descifrar los fenómenos a través de la comprensión de los diálogos que surgen en las relaciones cotidianas en diferentes contextos socioculturales en los que interactúa el individuo; sin embargo, estas no siempre son absolutas frente a la construcción y el desarrollo personal que dicho individuo lleva y que lo conducen a la comunicación e interacción con el ambiente en el que está inmerso, puesto que le ayuda a una construcción interna que media en el contexto en el que se encuentre adaptándose al mismo.

Según Villamil (2008, citado en Agudelo y Estrada, 2012), el construccionismo social debe tener un sentido social de transformación y de cambio, que beneficie a las personas con las que se conviva; debe involucrar emociones, acciones y principalmente valores personales y sociales; no se trata de estructurar un conocimiento intrapsíquico o interpsíquico, pues es necesaria la construcción de conocimiento por el otro y para el otro, ya que constituye un beneficio para y del contexto en el cual se sitúe dicha construcción, y no solo individual, dado que es el reto ir más allá de lo constructivo mentalmente, involucrando lo emocional, lo lingüístico y lo comunitario respecto a la producción final de conocimiento.

Gosende (2001) precisa que en estos últimos años el construccionismo social ha tenido un impacto significativo en el campo de la psicología social y la sociología, respecto a la forma de acceder a los fenómenos sociales, ya que dentro del campo investigativo el reconocimiento de esta postura ha influido particularmente en la forma de percibir la realidad, generando presupuestos críticos que se enlazan a un proceso de transformación y revolución que tiene como objetivo desafiar posturas como el individualismo, el esencialismo y el mentalismo, las cuales han predominado al momento de generar conocimiento dentro de la ciencia.

El construccionismo social es un enfoque que le permite al individuo adentrarse en los fenómenos a través de la comprensión general de las prácticas discursivas, en un marco cultural e histórico que da lugar al estudio de las relaciones entre sujetos. Surge a través de la descripción de los significados lingüísticos, pues según afirma Íñiguez (1997, citado en Cañón et al., 2005), el lenguaje es una práctica social que determina las estructuras de un grupo, que se componen de reglas y conjuntos de relaciones organizadas, como propiedades del mismo sistema social; de esta manera, dicha estructura social determina las condiciones necesarias

para el desarrollo del discurso, puesto que el lenguaje es parte de la sociedad, dado que no se desprende de esta, y sirve para empalmar el proceso de adaptación y comunicación del ser humano, el cual, históricamente está condicionado, incluso por procesos no lingüísticos.

Desde la comprensión de Bruner (1991), la narrativa y la interacción lingüística funcionan como aquello que permite a la persona hacer comprensible la realidad en tanto la representa; el lenguaje posibilita la construcción y el conocimiento de los hechos humanos históricamente representativos.

Gergen (1996, citado en López, 2013) considera que en los juegos de comunicación lingüística, emergen las verdades compartidas por un grupo y que tienen un valor funcional, por esta razón, indica que en el construccionismo social la verdad parece ser una cuestión de perspectivas, y aquellas son producto del intercambio y las relaciones sociales, es decir, construidas en los sistemas de comunicación lingüística social; desde este punto de vista teórico, el conocimiento es comprendido como un enfoque relacional, en tanto mantiene a las comunidades unidas entre sí y se crea dentro de estas mismas, en ese sentido, el construccionismo social, en último término, es un conjunto de significados conversacionales que son socialmente compartidos.

Desde otro enfoque (Raskin, 2002), el construccionismo social se concibe como aquello que permite comprender los elementos contextuales, lingüísticos y relacionales que involucran la realidad subjetiva y el desarrollo general de los seres humanos; de esta manera, las palabras y los símbolos hacen parte de la construcción y percepción que tienen los seres humanos de la cultura y la sociedad en la cual están inmersos, y crean sus patrones de socialización, que contribuyen a una mejor convivencia con sus pares.

Ahora bien, en virtud de las pretensiones del presente trabajo de investigación, es necesario comprender el enfoque socio-construccionista de las organizaciones, también llamado posmodernidad organizacional. Al respecto, Ascorra (2002) plantea que dicho enfoque tiene influencia en la forma de comprender la organización y en la forma como los individuos se relacionan, otorgando un lugar importante a las dinámicas relacionales, dados los intereses particulares de cada sujeto partícipe de esta instancia, e impone un importante posicionamiento al lenguaje como el elemento vital que permite indagar los procesos organizacionales.

El construccionismo se constituye así en un enfoque que aporta claridad al momento de comprender la teoría y los conceptos que Schvarstein plantea en el texto guía de este ejercicio investigativo, puesto que denota perspectivas identificables para la comprensión del concepto base de la investigación, a saber, la identidad organizacional.

Sandoval (2010) plantea que el construccionismo es una postura crítica que replantea sus propios postulados y que lleva a la construcción de nuevos aportes significativos a la teoría del mismo, puesto que quiere desarrollar una postura teórico-práctica en la que el análisis crítico sea el objetivo principal que defina la realidad de los postulados que el enfoque desarrolle, es por esta razón que este enfoque epistemológico es el más adecuado para la comprensión de los aportes de Schvarstein al concepto de identidad organizacional, ya que en su obra se genera una construcción paradigmática entorno a este concepto y a como el mismo le permite al individuo un desarrollo a nivel personal y laboral.

Desde este enfoque, la organización es entendida como un fenómeno que está en constante transformación y construcción; de esta manera, la organización se configura en términos de redes conversacionales, las cuales surgen en un contexto y una historia en

particular y están inmersas en un acuerdo lingüístico pactado dentro de la misma, siendo estas redes el objeto de estudio dentro de la psicología organizacional (Ascorra, 2002).

Marco Disciplinar

La perspectiva de identidad laboral se relaciona directamente con la psicología organizacional. Según (Andy y Conte 1999, citados por Furnham, 2001) la psicología organizacional no solo es un campo dirigido a las empresas, compañías o entidades encargadas de la parte administrativa, en donde la parte teórica y de la investigación gestionan todo su accionar, sino que aborda temas como la selección de personal, el reclutamiento, las entrevistas y todo aquel proceso que se lleva cabo para una organización y el escenario laboral, pues estas son parte exclusiva de su funcionamiento; sin embargo, estos escenarios mantienen límites físicos dentro del lugar de trabajo, puesto que el individuo depende del ambiente en el cual se desenvuelve, lo que es de vital importancia para su comportamiento competitivo dentro de la organización.

Furnham (2001) presenta en el siguiente argumento una definición de psicología organizacional que describe las relaciones interpersonales:

La psicología organizacional es el estudio en que las personas se reclutan, seleccionan y socializan en las organizaciones; de la manera en que las organizaciones están estructuradas formal e informalmente en grupos, secciones y equipos. (p. 12).

Gracias a esta definición se puede decir que esta rama de la psicología realiza un análisis de la manera en la cual influyen dentro de dichas organizaciones los pensamientos, sentimientos y comportamientos de todo el personal de la empresa, puesto que estas son

pautas decisivas en el desempeño de funciones importantes de cada individuo, con el fin de que cada dependencia de la organización fructifique para beneficio de la misma.

Por otra parte, respecto a la integración de este campo dentro del ámbito científico de la psicología, es oportuno mencionar que la American Psychological Association (APA), creada en el año 1892 y que agrupa a más de 80 mil miembros en diferentes áreas especializadas, contempla dentro de ella la psicología industrial/organizacional (Muchinsky, 2002).

Entre 1886 y 1918, James y Wundt tuvieron la idea de crear un enfoque de psicología aplicada y, después de diferentes intentos y estudios, se dio a conocer lo que resultó como una psicología aplicada al mundo de los negocios y la industria. A finales de 1915, los psicólogos incursionaron en la aplicación de test para seleccionar obreros y así fue implementándose progresivamente este proceso para las organizaciones. Actualmente este campo se relaciona con otras áreas como la psicología industrial, psicología del trabajo, psicología empresarial y psicología ocupacional, entre otras.

Ahora bien, la psicología organizacional no solo se centra en los estudios de sí misma, sino que prioritariamente da paso al interés por los integrantes de la misma, es por eso que desde ese entonces y hasta la actualidad, se da gran importancia no solo a la constitución política de una empresa, sino a sus miembros, hablando tanto de los trabajadores, como de todo aquel personal que tiene contacto con la misma, en el caso de los directivos, empleados, clientes, servidores y toda aquella persona que en el marco de cualquier procedimiento establece una cierta relación con la entidad. Es de esta forma que la psicología organizacional busca en su mismo ámbito la calidad de sus funciones, dirigidas a mantener un buen clima laboral, una prestación de servicios eficiente, un margen excelente en cuanto a la salud

ocupacional, un acompañamiento concerniente y adecuado a cada empleado que forma parte de la empresa, para que su desempeño no solo en el tema laboral, sino, también personal, cada vez sea mejor para beneficio de la misma organización y de la propia persona. Ello porque si un trabajador tiene algún tipo de decadencia en su vida personal, la misma afecta a su entorno, no solo compañeros, sino más aun a su cargo, ya que cuando un empleado tiene cierto tipo de dificultad, ésta le imposibilita o dificulta su rendimiento, aspecto que generará discordia en cualquier de los espacios donde se interrelacione, pero especialmente en el ámbito laboral.

La psicología organizacional es la rama encargada primeramente del estudio del comportamiento humano dentro de una organización, en particular en referencia a capacidades para analizar y/o evaluar la cultura, el clima, la motivación, el liderazgo, la toma de decisiones, la comunicación, la productividad y la satisfacción laboral; por ello le compete llevar a cabo la evaluación y la selección del recurso humano, la implementación de programas de entrenamiento, programas de desarrollo organizacional, programas de inducción a áreas específicas de trabajo, entre otras funciones propias de la misma que posibiliten la adaptación de la persona al ambiente laboral.

Mazabel (2000) plantea una definición empírica de la psicología organizacional, desde la cual es considerada como la rama de la psicología que se dedica al estudio de los fenómenos psicológicos individuales al interior de las organizaciones, y de las formas en que los procesos organizacionales ejercen su impacto en las personas, estudiando la interrelación entre los trabajadores y la empresa.

Es así como se implementaron a lo largo de las épocas lo que se conoce como las prácticas organizacionales, que se definen como los mecanismos utilizados por cualquier organización para afianzar a sus empleados frente a objetivos, metas, valores, y sirven como

reforzamiento para los aspectos que de alguna manera afectan el crecimiento o mejor funcionamiento de la entidad; en el contexto de la calidad, las prácticas enfatizan las actitudes y conductas necesarias para apoyarla (Gatewood y Riordan, 1997).

Pfeffer (1994) sostiene que las empresas que desarrollan prácticas de alto compromiso, logran ingresos superiores a largo plazo. Este autor cita siete prácticas que hacen posible dicho objetivo: seguridad del empleo, contratación selectiva, equipos autodirigidos y descentralización en la toma de decisiones, alta compensación dependiente del desempeño, capacitación del empleado, jerarquía reducida e información compartida.

French y Bell (1996, citados por Pfeffer, 1994) enfatizan que las amenazas o indicadores de desarrollo enfrentan las organizaciones; éstas se evalúan en efectividad, eficiencia y rentabilidad, factores de ambiente complicado bajo una creciente competencia y demandas cambiantes del cliente, así como respecto al constante reto de mantener una congruencia entre las diversas dimensiones de la organización, como la estrategia, la cultura y los procesos.

Muchinsky (2002) agrega que el desarrollo organizacional es una subdisciplina de la psicología organizacional, que evoluciona muy rápidamente, y es un esfuerzo de toda la organización apoyada por la alta gerencia. A lo anterior se añade lo dicho por el mismo autor:

El desarrollo organizacional es un esfuerzo planificado, que afecta a toda la organización, dirigido desde la cumbre para incrementar la eficacia y la salud de la organización, a través de una intervención planificada sobre la organización, utilizando los conocimientos de la ciencia de la conducta (p. 15).

Además de las definiciones anteriores, que son consideradas como clásicas dentro del estudio de las organizaciones, la Psicología Social de las Organizaciones cumple un papel

fundamental dentro de una organización en el momento que encasilla la formación de sus integrantes y sus habilidades para desarrollarse dentro de la misma, con el fin de lograr un mayor desempeño, que genere el trabajo total que necesita del individuo; en ese sentido, una organización que sea capaz de acoplar todos los factores afectivos y competitivos de sus individuos se cataloga como una organización de índole productivo que logra, mientras se trabaja por resultados y simultáneamente, un bienestar ideal para sus miembros (Schvarstein, 2009).

El clima social organizacional está atravesado por la cultura, la cual es propia de la sociedad humana, esta, a su vez, es organizada y organizadora, mediante la herramienta fundamental de la comunicación, el lenguaje, a partir del poder de aquellos conocimientos que son adquiridos, de los saberes y quehaceres aprendidos y de todos aquellos cambios físicos y emocionales que forjan el desarrollo de las capacidades de un individuo, su memoria, sus creencias, sus valores y visiones acerca del significado de la sociedad; de esta manera se construyen representaciones colectivas, conciencia colectiva y un imaginario colectivo, disposiciones que le permiten a la cultura instaurar normas que dirijan la sociedad y gobiernen los comportamientos individuales (Morin, 1992, citado en Gómez, 2008).

La cultura en el ambiente organizacional se crea desde el momento mismo del surgimiento de la empresa, es decir, la misión, la visión y los valores que se quieren encarnar les proporcionan a los miembros de la empresa un marco de referencia que favorece el desarrollo de la identidad y lealtad hacia la organización. Las personas que laboran para una organización obtienen una retribución económica que les permite cubrir sus obligaciones personales y familiares, lo que puede darse por gusto o por necesidad; en ciertos tiempos en

los cuales la economía varía, el trabajador combina ambas razones, con el fin de labrarse un ambiente laboralmente sano (Chabaud, 2007).

La cultura organizacional es un sistema peculiar de símbolos influido por la sociedad circundante, por la historia de la organización y por sus administraciones anteriores, en ese sentido la cultura no es un elemento estático, es más un elemento vital utilizado por todos y cada uno de los que conforman la organización, el cual acomodan a su provecho en base a los acontecimientos o sucesos organizacionalmente significativos; de esta manera la cultura organizacional es tomada como una herramienta elemental para el entendimiento de la vida, el comportamiento y la comprensión de aquellos procesos que atraviesan los individuos y de la manera como estos interfieren en su desempeño vital, personal y organizacional (Allaire, 1992, citado en Gómez, 2008).

La psicología social de las organizaciones toma como punto de partida desde la complejidad a la organización como un sistema adaptativo complejo (SAC), es decir, una compleja red no directa de relaciones, producto de las conflictivas comunicaciones entre los integrantes de la organización; esta relación caótica permite el surgimiento de un nuevo nivel organizativo, jerárquico y dinámico, a través de un proceso colectivo emergente que se autorregula con el fin de optimizar las relaciones en el interior de la organización; de esta manera se enmarca como un sistema autónomo, auto-organizado y autosostenido, que posee largos periodos de estabilidad atravesados por cambios bruscos en cuanto a su estructura y funcionamiento, el cual permite que la organización se estabilice por sí misma (Pastor y León, 2007).

La identidad dentro de una organización favorece la complexión con la misma y en qué medida se acentúa en la pertenencia y satisfacción de individuo en el ambiente laboral al que

está vinculado, esto genera una construcción semejante a la propiedad con la cual se exponen a diversas situaciones laborales y como los caracteres personales e identitarios le facilitan al individuo la solución de un problema o una situación laboral específica (Munduate, 1996).

Marco Interdisciplinar

Según se ha resaltado en las páginas anteriores, la identidad permite conocer al individuo como parte de un espacio, logra vincularlo con su esencia única, sin importar el paradigma, la disciplina o cualquier otro punto desde donde se esté estudiando. La identidad es parte vital de la forma de ser de una persona, e involucra características tales como el temperamento, el carácter y/o el físico de la misma, incluye también la cultura y la educación; aspectos todos que son parte esencial para la creación de una identidad personal, una identidad que toma moléculas de diferentes contextos para afianzarse y lograr destacarse dentro de un campo donde sea reconocido. A lo anterior se puede añadir que la identidad puede darse de manera tanto individual como colectiva, y que esta última se caracteriza por la unión de diversas identidades donde solo los rasgos significativos son tenidos en cuenta para configurar esa esencia que logre destacarse ante otros círculos sociales.

Tomamos como ejemplo la identidad desarrollada dentro de las ciencias sociales, término incluido por el psicoanalista Erick Erickson (1977), quien usó específicamente la expresión ego-identidad al realizar estudios sobre problemas adolescentes y sus soluciones. Según Erickson, la identidad es “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal” (p. 231), es decir, aquí es donde el individuo usa su percepción y es cuando llega a preguntarse ¿quién soy?

Respecto al tema de la identidad, Mercado y Hernández (2010) consideran que la autorreflexión es un proceso relevante para desarrollar capacidades y aquellos potenciales que

pueden llegar a tener importancia frente a alguna situación específica que requiera de los mismos. Es aquí cuando entra a jugar el autoconocimiento, ya que al reconocerse a sí mismo como miembro de un grupo se diferencia de los demás y, de esta forma, el concepto de identidad se relaciona con el individuo desde las perspectivas filosófica y psicológica, las cuales han sido la base para el desarrollo de los primeros estudios sobre identidad social.

La sociología y la antropología retoman el concepto de identidad desde lo colectivo, en relación con aquellos movimientos sociales que van ligados directamente al discurso de los sujetos y su interacción social, destacándola como un proceso subjetivo de cada actor perteneciente a dicho contexto. Para la sociología, la identidad colectiva es el componente determinante para brindar la consistencia adecuada a los movimientos sociales en tanto acción comunicativa (Habermas, 1987, citado en Mercado y Hernández, 2010), y como atributo de los actores sociales (Giménez, 1996). Al tiempo, para la antropología, ese tipo de identidad se toma como eje central en la investigación bajo un enfoque esencialista, donde forma parte de las características dirigidas a las propiedades y atributos de un conjunto social, como lo resaltan Friedlander y De Vos (s.f., citados por Mercado y Hernández, 2010).

Al referirse a la identidad colectiva, Tajfel (s.f., citado en Mercado y Hernández, 2010) vincula una teoría sobre la identidad social, describiendo la misma como la unión psicológica que facilita la interrelación persona-grupo, donde aspectos como la percepción de pertenecer a un grupo, tener consciencia de que por esa pertenencia se recibirá un calificativo positivo o negativo, generar subjetivamente un afecto por ocupar aquel lugar perteneciente a dicho grupo, acarrear la posibilidad de lograr dicha vinculación. Para este autor, la pertenencia es la cualidad más importante para el tema de la identidad social. Pero el hecho de que una persona

se diferencie de las demás no significa estrictamente que se identifique como sujeto perteneciente a un grupo.

Tajfel (s.f.) incluye dentro de la identidad social tres aspectos relevantes para la construcción de la misma; cognitivos, afectivos y evaluativos (citado en Mercado y Hernández 2010). El primero describe aquellos conocimientos del sujeto frente al grupo del cual entra a ser parte, los segundos hablan sobre los sentimientos que les genera el hecho de formar parte de dicho grupo y los terceros se refieren a los juicios emitidos hacia el grupo. En conclusión, la identidad social implica entrar a un grupo específico y salir de otros.

Habermas (1987, citado en Mercado y Hernández, 2010) destaca dos fases para integrar la identidad: la simbólica, que se determina por la igualdad del grupo donde predomina la identidad colectiva sobre la individual, y una segunda, la integración comunicativa, correspondiente a aquellas sociedades modernas, en donde lo social, lo cultural y la ruptura de creencias enmarcan dicha identidad. La identidad representa de forma concisa la distinción de cada individuo en un espacio social y su relación con agentes que integran el mismo grupo.

Por otro lado, en relación con la identidad resulta convergente un tema de particular relevancia en esta época, a saber, cómo se aborda y se hace referencia a lo que se conoce como la identidad en la adolescencia, eje que es necesario recorrer teóricamente y que socialmente se destaca por su intromisión dentro de cualquier contexto en el que se esté relacionando.

Tal afirmación emerge de un estudio realizado a un grupo de 42 estudiantes con un rango de edad entre los 11 y 12 años y los 14 y 15 años, utilizando la prueba EOMEIS-II (conformada por 64 ítems agrupados en 8 dimensiones que permiten identificar aspectos tales como la parte profesional, religiosa, política y el estilo de vida así como relaciones sociales y

de pareja, roles de género y ocio), basada en una conceptualización ericksoniana de la identidad. El objetivo del mismo era categorizar posibles diferencias entre estatus identitario en alumnos ubicados en edad inicial de la adolescencia y en adolescencia tardía. Como se mencionó en líneas anteriores, el estudio tomó base en la teoría de Erickson y Marcia sobre el desarrollo de la identidad. La muestra se escogió de forma no probabilística entre sexo masculino y sexo femenino, elegidos en una cantidad equitativa. Los resultados de estas encuestas arrojan que las dimensiones relacionadas con la parte profesional, social y de ocio obtienen mayor puntuación debido a la capacidad de los alumnos para explorar de manera eficiente el compromiso frente a una profesión, la parte social y los hobbies, los cuales se califican dentro de una identidad alcanzada. Los resultados obtenidos se relacionan con el hecho de la correlación entre edad e identidad profesional hipotecada, y se resumen en que a mayor edad, menor puntuación; en consecuencia, se afirma que los alumnos más jóvenes tienden a escoger su carrera profesional por elección de sus familiares más no por sí mismos (Tesouro, Palomanes, Bonachera y Martínez, 2013).

Retomando las teorías ericksonianas, se añade que la identidad personal va construyéndose a lo largo de la vida partiendo de las etapas adscritas por sí mismo, y es en la etapa de la adolescencia cuando la construcción de esa identidad logra establecerse un poco más fuerte, dada la necesidad de vincularse dentro de un círculo social de una forma más rápida. A esto se agrega lo dicho por Rice (1997, citado en Tesouro et al., 2013, p. 213), “la principal tarea psicosocial del adolescente se concreta en alcanzar la identidad”, lo anterior se da para poder alcanzar la adultez, lo que tiene un papel importante en su vida y cuyo punto de partida es la elección de nuevos horizontes tanto personales como formativos, respecto a una estabilidad a futuro, que se relacionan con la academia y lo exclusivamente personal. Esto

tiene relevancia para el estudio de la identidad organizacional, en lo referido a la maduración progresiva de la elección inicial por una profesión en particular, que se fortalece en la vida adulta. Los aportes de Schvarstein, como se verá en los resultados, implica una serie de relaciones con redes de conversaciones y formas de relación con otras comunidades de trabajadores y organizaciones, que ayudan a fortalecer decisiones profesionales.

El mismo estudio cita a Marcia (s.f.), quien reelabora las teorías de Erickson y logra describir la identidad de la siguiente forma: “organización interna autoconstruida, dinámica de impulsos, habilidades, creencias e historia individual” (citado por Tesouro et al., 2013, p. 213).

En cuanto a la identidad relacionada con otras disciplinas, cabe mencionar lo que se conoce de este concepto desde la Gestión Humana. La identidad organizacional se define, según Dutton y Dukerich (1991, citados por Preciado, 2009), “como los aspectos distintivos de la organización, los cuales describen su naturaleza y su carácter que logran perdurar en el tiempo” (p. 815). También se menciona relevante el proceso mediante el cual una persona pasa de la identidad personal a lo que dentro del área de recursos humanos se conoce como identidad organizacional, la misma se logra cuando el empleado logra definirse dentro de las políticas y requisitos, entre otros, determinados por la empresa (Pratt, 1998, citado en Preciado, 2009), a lo anterior se agrega que para establecer y mantener dicha identidad también entran a jugar parte los logros que la empresa ha obtenido por diferentes motivos, la forma como la parte externa visualiza a la organización, la influencia que se deriva entre formas de comunicarse y las relaciones establecidas frente a las figuras representativas de la empresa (Johanson, 2000). La identidad corporativa “se construye y moldea mediante la formulación de una cultura organizacional fuerte arraigada por todos los integrantes de la empresa, la cual debe ser percibida por su público externo” (Ortiz, 2008, p. 20).

Dentro de una corporación, la identidad se ubica dentro de lo alto de una escala, al ser parte fundamental en la conformación de la comunicación, la cultura, y/o el clima laboral. La identidad es la empresa en sí misma, y es la fuente conectora entre los aspectos anteriormente mencionados, siendo entonces un objeto estratégico para alcanzar la excelencia en una organización.

En base a lo anterior: “La Identidad corporativa es la enumeración de todo aquello que permite distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, todo aquello que si desaparece afecta decisivamente a la organización” (Pizzolante, 2004, citado en Ortiz, 2008, p. 25), esta cualidad, permite orientar la confianza y la reputación de la organización, para la construcción de una identidad única e inimitable, es por esta razón que se considera un punto activo unido al programa de desarrollo de la misma organización. Por eso la identidad, según Costa (1992, citado en Ortiz, 2008),

es un instrumento fundamental de la estrategia de la empresa y de su competitividad, donde su elaboración y gestión operativa no es solamente cuestión de diseño y visibilidad, sino que se manifiesta por medios verbales, culturales y ambientales, constituyendo un ejercicio esencialmente pluridisciplinar (p. 32).

Ella se atribuye al hecho de que desde años pasados, dentro del comercio europeo, se requería un logotipo que destacara cierto producto para su distribución y reconocimiento. Fue así como el arquitecto Meter Behrens y el sociólogo Otto Neurath asesoraron a la firma germana AEG (en 1908), en la generación de una identidad global en la que fueron integrados todos los criterios relevantes para dar a conocer a la misma externamente, de allí surgió la idea de asignar a este proceso el nombre de Identidad Corporativa, concepto que viajó posteriormente hasta Estados Unidos (Ortiz, 2008).

Este concepto ha tomado fuerza desde años atrás dentro del campo organizacional, dado que ha posibilitado el desarrollo y crecimiento de las empresas al presentarse con un nombre único ante el mercado, haciendo distinción por cada misión, visión, objetivos, metas y demás componentes relevantes para la formación de una identidad en sí y presentando sus servicios de forma exclusiva pero destacándose por la prestación de los mismos de forma original; incluso aunque posiblemente se encuentren en el mercado muchas organizaciones que ofrezcan estos con un mismo significado, se diferencian ante el consumidor por su razón social y calidad del producto.

Es así como se empieza a indagar por lo que se conoce como identidad cultural, en referencia al paso necesario para llegar a la construcción de la identidad corporativa, conformada por percepciones que sobresalen de la integración entre la unidad estratégica empresarial y los sistemas de valores corporativos, estos últimos derivados de la historia de la organización, su estructura y organización interna, las jerarquías dentro de la misma, la ubicación geográfica, etc. (Ortiz, 2008). Ortiz retoma también lo expuesto por Fincowsky y Gómez (2004):

La Identidad de una organización se materializa a través de una estructura y se presenta como imagen. Su percepción depende de la posición de quien lo percibe, lo que permite distinguir entre la endoidentidad percibida, desde los estados propios de la organización por sus integrantes (Ortiz, 2008, p. 27).

En cuanto a la Identidad desde el punto de vista de la literatura, se afirma que esta última no solo aporta para una identidad cultural de la comunidad, sino que crea la identidad. Para Millares (2002, citado en Mansilla, 2006, p. 135), “La producción de identidad realizada por la literatura cabría verla como una operación de esencialización de cierta formación cultural

situada, que se hace visible, precisamente por el texto literario que la registra, la construye y la fija”, a su vez menciona tres condiciones para la construcción de esa identidad, desprendiéndose desde el lenguaje y toda la unión de discursos constituyentes de lo real, lo imaginario y lo simbólico; entra también el territorio desde donde se imponen características físicas como el modo de habitar, de ser y de mirarse, que determinan la construcción de esa identidad cultural como necesidad de adaptarse al medio; la última condición es la religión, la cual tiene una interpretación del mundo donde se incluye la comprensión del origen, el sentido de lo real y en sí la realidad personal de cada individuo. La Identidad dentro de la literatura se enfoca más hacia la no-identidad de la identidad, con lo ausente, lo posible e imposible: ausencias que se materializan como presencia textual a través de la memoria metaforizada y de la imaginación literaria con que se construye la otra historia de la historia (Mansilla, 2006).

La literatura es la rama que ha impedido la desintegración de la identidad, de un pasado original, de cada escrito, de cada texto que sobresale en este campo; es la identidad lo que permite dar sentido a un personaje, asignar roles importantes a las cosas y a las historias de nuestros antepasados, es la identidad el proceso encargado de traer hasta la modernidad aquellos sucesos, cuentos, información que han hecho de una palabra, una persona o un hecho, un acontecimiento relevante para tener en cuenta hasta el presente y en años futuros.

Antecedentes Investigativos

Para el presente ejercicio investigativo, se revisaron artículos que reunieran diferentes concepciones de identidad organizacional con el fin de identificar estudios previos que relacionen perspectivas de identidad organizacional a los objetivos del trabajo de grado, razón por la cual se consultaron diferentes fuentes de investigación académicas, los sitios web de las bases de datos como: Redalyc, Scielo, Psicothema, Unirioja, Dialnet, entre otros, búsqueda en

la que resultaron particularmente relevantes por su relación con el tema central de esta investigación los trabajos que a continuación se reseñan.

En primer término aparece el trabajo de Cortés (2011), quien expone a través de su investigación sobre el impacto de la identidad institucional en la persona, que es ella la moldeadora de un individuo diferente a aquel que inicia en la organización, tomando esta como un establecimiento que se asemeja a la academia, en el sentido que forja y edifica los repertorios culturales y su forma de organización, frente a sus antecedentes histórico-familiares, que marcan su proyecto de vida, desde este punto de vista la organización es aquello que cambia sustancialmente estos factores, haciendo referencia sustancial a las normas, valores, objetivos, procedimientos y prácticas institucionales, que son el puente entre la identidad organizacional y la de la persona y definen como la cultura organizacional de una institución interfiere en el desarrollo del ser humano.

A diferencia de este autor, Bedoya, Hidalgo y Marín (2005), plantean (citando a Coutrot, 2000) que el momento actual ha traído cambios en el ámbito laboral y organizacional que implican diferentes transformaciones en cuanto al desarrollo personal de los sujetos en su trabajo, como la flexibilidad, el aumento del índice de desempleo, los fracasos repetitivos de las economías globales, entre otros, determinantes en tanto resulta complejo construir un sentido de pertenencia con el trabajo y así mismo exigir de este una identidad para los miembros de la organización, de allí que afirmen que “la identidad es una posición negociada entre diferentes grupos sociales” (p. 299), por esta razón la organización debe hacer que el trabajador ejerza posiciones personales dentro de la misma para una mejor productividad.

Para Hechanova (2012), la identidad emerge en un contexto social cultural, en el que el principal elemento de interacción y socialización organizacional es el compromiso que tiene una persona cuando llega a la organización, el cual hace que se vaya forjando un modelo específico de encuadre social dentro de la misma, en tanto la persona indaga para sus procesos por las herramientas necesarias para edificar una relación complementaria con la organización, esto en la medida en que se tengan claras las políticas de la organización, los procesos, los perfiles de competencias, la normatividad interna y aquellas estructuras de mando de cada área. Este reconocimiento de la organización influye en el proceso del desarrollo de la identidad, ya que afecta el proceso de internalización de la persona; es importante, aclara, que esto varía respecto a las organizaciones, los papeles y normas de cada una de ellas.

En otra perspectiva, Rentería y Torres (2012, citando a Mead, 1973) plantean que la identidad es un proceso importante y significativo para el desarrollo del pensamiento del ser humano, en el que se hace consciente de sí mismo, ya que es una capacidad que posee el individuo para posicionarse fuera de sí y contemplarse desde otro ángulo perceptual; esta habilidad se adquiere durante el desarrollo individual y se empieza a forjar desde la niñez, ello implica dos fases fundamentales, la primera es aquella en la que el infante acoge el lugar de otros ser humanos, con el objetivo de copiar ciertos comportamientos y así de esta manera mantener de forma consciente una relación fluida con ellos, en segunda estancia, la otra persona es generalizada al adoptar varios puntos de vista que le permitan una interrelación consigo mismo, en el marco de un contexto de grupo organizado, para así reflexionar frente a la puesta en escena de la identidad grupal o institucional.

Llegando a ampliar en cierta forma lo anterior, Ramírez (1998) establece que la cultura juega un papel fundamental entre la identidad y la organización, entendiendo que la primera es

aquella relación entre el individuo y la organización como un sistema integral, es decir, que posibilita el desarrollo permanente entre los dos, lo cual implica una zona de significados compartidos que construyen y hacen crecer permanentemente aquello que posibilite el desarrollo de cada uno, es en este sentido que la cultura organizacional es crucial, puesto que entiende al sujeto como centro del desarrollo de la organización, y es así como la identidad va incrementándose al entrelazarse con los procesos que se gestan al interior de la organización.

Según el estudio realizado por Villanueva (2011), desde el paradigma de la complejidad, la organización es un espacio en el cual coexisten “orden y desorden, razón y sinrazón, armonías y disonancias” (p. 27), en este orden de relaciones opera el sentido complementario y divergente, ya que aquello denominado complejo, se asemeja con los intercambios del entorno el cual puede ser incierto, confuso y cambiante, generando así una competencia agresiva, que es determinada por el factor de las nuevas tecnologías que lleguen a la organización, lo que genera ciclos generacionales de renovación tanto de la organización como de sus miembros y las cualidades de estos mismos, lo que a su vez define como el grupo social, que se fortalece para una mejor adaptación a dichos cambios.

Para comprender la anterior postura, la psicología laboral es vista desde diferentes perspectivas que permiten tener una visión más amplia de aquello realmente relevante en el ámbito organizacional, por esta razón, la psicología se convirtió en la herramienta fundamental de las organizaciones. Smith (2000, citado en Díaz, 2008) hace un recorrido por la historia de la Psicología del Trabajo, iniciando desde las guerras mundiales, en las cuales las potencias de la época la utilizaron para adelantar un proceso asiduo de selección y de reclutamiento de aquellos hombres que cumplieran estándares específicos para las actividades que demandaban; es por esta razón que la participación del profesional de la psicología se vuelve vital en

cualquier tipo de organización, ya que es el encargado de mover las piezas de la organización para que esta tenga un desarrollo y un funcionamiento adecuado dependiendo de su sector; socialmente esto enmarca un valor esencial para el desarrollo exponencial del ser humano al interior de una organización.

Según Schvarstein (1991, citado en Peralta, 2006) el enfoque construccionista de las organizaciones implica una investigación a fondo respecto a los procesos de comunicación y valores que se usan para darle forma a la realidad, esta construcción mutua es la que permite que emerja el carácter psicosocial del análisis organizacional y muestra la perspectiva del psicólogo como aquel edificador y responsable de su entorno, en relación con otros, con el fin de conseguir objetivos grupales y personales; el psicólogo al comprender las diferencias entre los grupos, logra generar la interacción necesaria para satisfacer las necesidades existentes en la organización.

Para Muscalu (2014), por su parte, la identidad es un concepto que sirve como punto de partida para la comprensión que se hace de la cultura organizacional y como esta sirve como instrumento para investigaciones y estudios, puesto que incluye factores de estudio específicos como los valores, creencias, expectativas y comportamientos, los cuales son fuentes de cambio cultura en la organización, pues implican riesgos tanto internos como externos; estos se catalogan como métodos y mecanismos que hilan y mantienen la cultura organizacional, que a su vez es la conexión entre las personas y los cambios en la organización, sin embargo, esto puede transformarse en un facilitador y promotor de estrategias organizacionales o por el contrario en una barrera inamovible en el proceso de identidad de la persona.

La psicología social, el trabajo, la identidad, entre otros, son focos vitales para el desarrollo de lo que acontecerá en el proceso de inserción a la organización, su futuro en la misma y el desempeño de su labor como individuo y como parte del equipo del proceso laboral, dentro de este proceso, según Ryan y Ford (2010), el ser humano realiza trabajos que tienen relación con múltiples identidades y roles dentro de la organización y que le posibilitan la construcción de un nuevo modelo profesional y personal, es por esta razón que dentro del ámbito de la psicología, en especial la que se enfoca en el contexto organizacional, hay que estar dispuestos a comprender las características y particularidades de estos cambios.

Jager y Schroer (2014) plantean en su argumentación que la identidad organizacional es un complemento de la cultura organizacional, en el sentido que esta hace énfasis en la importancia del conocimiento organizacional, como la base de la sociedad civil e incluso de la economía misma, pero, sin fines de lucro, también se puede hablar de identidades múltiples o duales, las cuales van ligadas a los conceptos propios que permiten tener una idea clara y definida de la importancia de la identidad en el trabajo desarrollado en una organización.

El argumento de Jager y Schroer sigue en cierta forma lo que ya planteaba Schein (1993) al explicar que el diálogo en el interior de la organización facilita el aprendizaje organizacional, ya que es un proceso continuo de comunicación que se genera a través de niveles jerárquicos de la organización, los cuales incrementan la probabilidad de que los diferentes niveles organizacionales ejecutivos e inferiores tengan divergencias que impidan el desarrollo de la identidad al interior de la organización, esto aplica a los dos géneros, es decir hombres y mujeres, lo cual se establece como un factor importante en la relación dialéctica de comunicación en el interior de la misma y permite un mayor acogimiento de las reglas establecidas desde el principio de las labores.

En este orden de ideas, Gracia y Herrero (2006) plantean que las percepciones individuales sobre los grados de integración en una comunidad con relación a una organización dependen de qué tan activa es la participación de sus integrantes y en qué medida los recursos de la organización, apoyan su participación para crear dicho sentido de pertenencia; así como la satisfacción individual de la persona, aquella sensación de pertenecer a una organización genera una estructura estable en la cual confiar, y va creando el sentido de compromiso mutuo entre organización-individuo, por esta razón es de vital importancia este vínculo para crear una identidad no solo personal sino laboral que le permita crecer al sujeto en sus principales escenarios laborales y sociales.

Vinculado con las afirmaciones acerca de la importancia del ambiente organizacional aparece también el trabajo de Gil-Monte (2002), quien encuentra que un factor relacionado con la estabilidad laboral en una organización y con la estabilidad de la identidad de la persona, en cuanto a su estabilidad emocional y personal, es su estado físico y anímico, relacionado en este caso con la sobrecarga laboral, que tiene incidencia especial en cuanto al desarrollo de patologías en el sitio de trabajo, bien sea crónicas u ocasionales; la carga de trabajo excesivo genera agotamiento emocional y deterioro físico, el síndrome “Burnout” (p. 4), en el cual la persona padece de un agotamiento físico y psicológico producto de la extrema carga laboral a la cual es sometida. Esto ocurre en todo ámbito laboral y en cualquier área de la organización, y deteriora sustancialmente la calidad de vida laboral y la satisfacción emocional, lo cual decrementa sustancialmente el servicio que ofrece la organización y limita las posibilidades de que el individuo desarrolle su identidad en relación con la organización.

Por último, en relación a la identidad y la organización, Jácome, Correa y Martínez (2007) plantean que las características fundamentales de la organización para lograr un

objetivo específico son aquellas formas racionales y eficaces de agrupación social, en trabajo conjunto con el personal y los recursos de la misma, para lograr metas y objetivos; el desarrollo de la organización es diferenciado por la variedad que existe entre ellas, lo que tiene que ver con la forma o el bosquejo que se implementa de acuerdo a la estructura de la misma, aspecto que a largo plazo determina también la identidad de la misma.

Los estudios revisados anteriormente confirman la propuesta del ejercicio investigativo en cuanto a que plantean, argumentan y definen, desde diferentes puntos de vista la relación existente entre la psicología social de las organizaciones y el concepto de identidad, comprendido en ámbitos organizacionales, adicional a ello definen categorías específicas de socialización de focos de encuentro entre la definición del concepto desde la psicología, afianzando de esta manera lo expuesto por Schvarstein en el texto guía de la investigación.

Tales estudios cuentan además con un enfoque construccionista en cuanto al desarrollo de las temáticas epistemológicas que se encaminan a esclarecer y enriquecer el concepto y la definición que plantea Schvarstein en su obra respecto al concepto de identidad organizacional y como la psicología social lo asume como foco esencial en el desarrollo del individuo en la organización.

Para Schvarstein la psicología social es una herramienta vital para el desarrollo del ser humano en una organización, la cual el mismo denomina como convocante, y esta su vez es la guía y la formadora de su identidad, e cuanto se enlaza con un proceso de inserción en la misma, en el que la proximidad de sus labores va a ser determinante para la realización de su identidad en el interior del grupo laboral, por esta razón estos estudios fundamentan desde diferentes perspectivas epistemológicas lo que el autor expone en su texto respecto a la psicología social en las organizaciones y su aporte al concepto de identidad.

Pese a la revisión metodológica y teórica de textos teóricos que nutran y den cuenta de la investigación, es poco el material encontrado y publicado que se relacione con el tema, es por esta razón que resulta novedoso el nicho y la razón de ser de este ejercicio investigativo, que dio cuenta de los textos revisados en este apartado. El material que aborda el tema es, como se dijo, escaso, por lo que incluso este mismo ejercicio investigativo se constituye en un abordaje más, que viene a enriquecer el trabajo de la comunidad académica.

Marco Metodológico

Método

Este trabajo investigativo responde a una metodología cualitativa, en la que, a partir del análisis de contenido (como técnica específica), se establecen las relaciones entre la psicología social de las organizaciones y la identidad organizacional, desde lo planteado por Schvarstein, con el objetivo de generar conceptualizaciones, aportes y comprensiones a la psicología organizacional, partiendo de la definición de la identidad organizacional, lo cual da lugar al proceso de identificación, adaptación, encuadre y contextualización del ser humano en la cultura organizacional de las empresas.

En la metodología cualitativa, el objetivo principal es la conceptualización del elemento social, derivado de la realidad y el contexto investigado, es decir, en un espacio natural, tal y como se presenta, proviniendo esto de la objetividad y subjetividad que se presenta dentro del fenómeno acontecido, esto de acuerdo a los significados que tiene para las personas implicadas en él; sin embargo, en el marco de la objetividad, esta corresponde al nivel social, al marco legal y normativo, mientras que la subjetividad es equivalente a la realidad expresada e interpretada por los sujetos (Lefebvre, 1982, citado en Bonilla y Rodríguez, 1997). En síntesis, la investigación cualitativa, tiene como objetivo, comprender

los fenómenos sociales desde un enfoque holístico, con la certeza, de entender y describir la realidad inductivamente (Bonilla y Rodríguez, 1997).

Por otro lado, según Rodríguez, Gil y García (1996), la metodología investigativa cualitativa implica la utilización y recolección de una gran variedad de materiales, entrevistas, experiencias personales, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos, los cuales describen la rutina y cotidianidad de las diferentes problemáticas y los significados en la vida de las personas, y de los elementos que son objeto de estudio por parte de esta metodología. En ese sentido, dicha investigación tiene en cuenta elementos como el contexto social e histórico, puesto que las relaciones surgidas en este espacio, el lenguaje y los significados se convierten en su principal objeto de estudio.

Según la descripción de Sandoval (2002), la investigación cualitativa es una forma de construir conocimiento desde la interacción y el diálogo entre el investigador y el objeto, sujeto o grupo investigado, proceso que permite la comprensión de la subjetividad e intersubjetividad del contexto comunicativo desarrollado para la realización de todo tipo de ejercicio investigativo; en ese sentido, aquellos elementos permiten conocer las realidades sociales y culturales de los sujetos, tomando como punto de partida el lenguaje como herramienta esencial al momento de interpretar los significados, ya que estos hacen parte del objeto de análisis de los estudios cualitativos.

De acuerdo al planteamiento de Jiménez-Domínguez (2000, citado en Salgado, 2007), los métodos cualitativos parten del supuesto básico de la construcción de significados y símbolos para la comprensión de un mundo social; por otra parte, la intersubjetividad es vista como una pieza vital de la investigación cualitativa y el punto de partida para captar de una forma reflexiva los significados sociales, es decir, la realidad social, determinada por

significados compartidos de manera intersubjetiva; en ese sentido, la investigación cualitativa, puede ser vista como el intento de obtener una visión profunda de los significados y definiciones de la contextualización, tal como es presentada por los individuos, más que la ejecución de una medida cuantitativa de sus propias características.

Para Bonilla y Rodríguez (1997), el investigador en este tipo de metodología pasa a ser el eslabón fundamental del desarrollo del trabajo investigativo, ya que su funcionalidad provee y nutre la construcción de nuevos saberes y conocimientos que son utilizados en el análisis crítico de las interpretaciones de la información, que recopila con su trabajo desde el contexto, o aquellos sujetos y objetos que utiliza para determinar datos puntuales para la construcción del método investigativo.

Rodríguez (2011), por su parte, resalta las habilidades que el investigador posee y que le permiten llevar a cabo el ejercicio investigativo cualitativo, que son el captar e interpretar el significado y el conocimiento que tiene de él mismo y del ámbito que le rodea, puesto que siempre está buscando una proximidad global y natural a las situaciones sociales y a los fenómenos humanos que enfrenta cotidianamente con el propósito de explorarlos, describirlos y comprenderlos desde un enfoque holístico y analítico que integre estas habilidades con la experiencia central del conocimiento del contexto y como este interfiere y construye su comprensión de la metodología investigativa cualitativa.

Taylor (1998, citado en Rodríguez, 2011) infiere que los elementos principales que direccionan la investigación cualitativa son aquellos relacionados con la pertinencia de la elección idónea de los métodos y las teorías, esto a su vez se enlaza con el tópico decididamente humanista para la comprensión de la realidad social, que otorga la posición idealizada que se destaca en la concepción evolutiva y de orden social que subyace a la

participación de los sujetos y su diversidad cultural, histórica y social, lo cual le permite al investigador hacer una reflexión en torno al desarrollo metodológico con el propósito de construir conocimiento.

En relación con lo anterior, Flick (2007) plantea que la investigación cualitativa se concentra en las relaciones sociales, sin embargo también resalta las desigualdades sociales, las nuevas adyacencias de los prototipos de sociabilidad, la diversidad de identidad y subculturas, adjuntando los anteriores elementos a los nuevos elementos culturales y comunicacionales emergentes a través del tiempo, pues este tipo de investigación se convierte en un proceso complejo en tanto aún se encuentra en permanente construcción de significados, siendo el uso de las narraciones una de las herramientas que posibilitan el reconocimiento del lenguaje como medio transversal de comunicación dentro del mismo proceso.

En relación con esta investigación en particular, es importante aclarar como perspectiva metodológica el enfoque hermenéutico, el cual comprende la realidad social desde una mirada holística en relación a los textos y documentos, permitiendo al investigador tener una visión diferente de las culturas, los grupos e individuos; de esta manera, la hermenéutica posibilita la reestructuración de la posición de los autores en sus escritos (Sandoval, 2002).

Flick (2007) considera que al interior de la investigación cualitativa en la que se enmarca este trabajo, la deducción cobra valor a medida que se produce conocimiento a partir de las interpretaciones de los factores teóricos y prácticos, que dan paso a la construcción de una realidad simbólica que permite comprender los textos desde una perspectiva holística que da lugar a un proceso continuo en el que se involucran: el autor del escrito, el investigador y por último el lector de la investigación.

En ese sentido, para la presente investigación es fundamental reconocer el concepto desde la investigación de los textos, puesto que el objetivo es identificar los aportes del texto *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*, con el propósito de comprender los apartes específicos sobre identidad organizacional haciendo uso del análisis categorial y de contenido como estrategia investigativa, ya que abren la posibilidad de desglosar la información para estructurarla en categorías que permitan identificarlas para un posterior análisis.

De esta forma, la macro-categoría a trabajar es la identidad organizacional, la cual surge de manera deductiva a partir del interés en ahondar en este tipo de temáticas y la sub-categoría identificada inductivamente corresponde a la definición de psicología social de las organizaciones y como esta permite la comprensión de la primera; lo anterior emerge de la lectura del texto y posterior análisis, además de ser un concepto que conduce a desarrollar nuevas herramientas que le faciliten a la organización una mejor cohesión entre sus integrantes.

El objeto de estudio de la presente investigación es el texto de Leonardo Schvarstein *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*, el cual hace parte de su trabajo individual acerca de la psicología social al interior de las organizaciones y como esta determina factores esenciales para el desarrollo de los individuos dentro del trabajo. Este texto se constituye de cinco capítulos que hacen referencia a la manera como las organizaciones configuran diferentes partes de la misma y a su vez se entrelazan para identificar y definir el concepto de identidad organizacional.

Para establecer el texto que se eligió en este trabajo, fue de gran valía tener presente el criterio de representatividad, que hace referencia a la selección de la muestra en un ejercicio

investigativo, de las características específicas de la población elegida o el contexto amplio de la misma, reconociendo, la interpretación global del objeto de estudio (Cabero y Loscertales, 1998).

El texto de *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes* fue elegido por el criterio de representatividad, en tanto abarca la mayoría de las definiciones del autor sobre el concepto de psicología social en las organizaciones, lo que resulta relevante para la investigación en la medida en que Schvarstein, es el exponente de esta corriente y, desde este texto, hace los aportes necesarios al concepto de identidad organizacional; adicional a ello, se realizó una revisión de otros textos desarrollados por Schvartein en torno al término de identidad, cuyo enfoque apunta a la comprensión de los cambios comunicacionales sociales históricos y culturales de la psicología de las organizaciones, y esto permitió inferir que estos textos no abordaban en su totalidad la temática específica desarrollada en la investigación. Así, por ejemplo, en el trabajo que adelanta con Jorge Etkin (Etkin y Schvarstein, 1989), aborda el asunto de la identidad dentro de las organizaciones en el capítulo séptimo, en el marco de la presentación de los conceptos desde los cuales elabora sus planteamientos teóricos sobre el análisis organizacional, uno de los cuales es precisamente la identidad y su relación con la estructura organizacional, sin embargo se limita a la descripción del concepto de identidad y sus dimensiones, aspectos ya abordados en la obra que soporta esta investigación, por lo que no implica aportes específicos en la línea de lo que acá se investiga.

Técnica e instrumentos

El análisis de contenido es una técnica de investigación que define la unidad de análisis del texto y que pretende ser objetiva, sistemática y cualitativa en el estudio de contenido explícito de la comunicación (Berelson, 1952, citado en López, 2002); esta técnica se

constituye en un instrumento de respuesta a ese deseo natural del ser humano por descubrir la estructura interna de la información, su composición, su organización o estructura, desde la categorización semántica y sintáctica. Este ejercicio investigativo centra su búsqueda en la categorización de los segmentos de frases que integran el contenido de las comunicaciones, y en ese sentido las categorizaciones pueden ser inductivas, deductivas y abductivas, de este modo el uso de herramientas tales como las *matrices descriptivas* y los *RAES*, permiten realizar una síntesis y extracción de las ideas más relevantes del texto (y es lo que constituye en nuestro caso el apartado de resultados, el cual se concentra precisamente en la identificación de dichos fragmentos) para una posterior interpretación de los mismos (que acá se adelanta en el apartado de discusión de los resultados).

Estrategia de recolección de la información

En términos procedimentales el manejo de la información tuvo comienzo con la lectura del texto guía, después se realizó para cada capítulo del libro un resumen del contenido y de los aspectos globales que el capítulo ofrecía en consideración del ejercicio investigativo, en este resumen se marcaron los puntos específicos del capítulo, luego se procedió a la organización de la información en cada una de las matrices, teniendo en cuenta la información precisa para cada categoría.

Las *matrices descriptivas* son modelos esquemáticos que permiten cruzar categorías y hacer un análisis completo de la información, por esta razón, al sintetizar la información se logran establecer relaciones conceptuales por medio de la interpretación que lleva a cabo el investigador, es así como este procedimiento permite obtener una visión global e integral del fenómeno a estudiar (Bonilla y Rodríguez 1997).

El *resumen analítico de escritos (RAE)*, es un procedimiento que permite hacer una síntesis exhaustiva de textos, planteamientos, conceptos e ideas, teniendo en cuenta la estructura y los elementos del texto original. El objetivo elemental de esta herramienta está encaminado a establecer relaciones entre las ideas principales y secundarias de un texto y como estas permiten un análisis conceptual para la conclusión del ejercicio investigativo (Urbina, 2008).

Categorías de sistematización

Las categorías emergieron de la revisión teórica de los referentes disciplinares que abordaron el concepto de identidad y de psicología social de las organizaciones desde diferentes enfoques que enmarcan el hilo conductor de desarrollo del ejercicio investigativo, teniendo como resultado las dos categorías de las cuales se recopiló y la información puntual del texto guía (Psicología Social de las Organizaciones e Identidad organizacional).

Participantes

El objeto de estudio del presente ejercicio de investigación fueron los capítulos del texto guía *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*, estos capítulos se tomaron a consideración luego de la revisión total del libro y bajo las categorías de análisis de contenido en el cual se tomaron como punto de partida las descripciones y las comprensiones que el autor realiza del concepto de identidad organizacional, se comprenden como participantes de este mismo los cinco capítulos del libro guía, los cuales refieren como la organización se configura entorno al individuo dentro del ámbito laboral.

Los capítulos del libro constituyeron entonces la muestra metodológica del trabajo de investigación, por cuanto abarcan sustancialmente las definiciones que Schvarstein plantea desde la psicología social de las organizaciones para el concepto de identidad organizacional,

de forma que se realizó una revisión del texto escrito que desarrollo el autor en el año de 1991, cuyo foco de estudio se encamina a la comprensión de los cambios de lenguaje social e histórico que culturalmente desde la psicología hacen parte del desarrollo de las organizaciones.

Para la categorización y selección de citas específicas del texto guía se buscó como primer principio la definición y el contenido de cada capítulo y en qué medida se relacionaba con cada categoría (Psicología social de las organizaciones e Identidad organizacional), luego de ello se analizó en qué medida la categoría convoca de manera inductiva la significación y comprensión del concepto mismo, recopilado esto en las matrices de resultado.

Procedimiento

El trabajo se adelantó en cuatro fases claramente identificables y que se describen a continuación:

Fase 1: Identificación de capítulos relevantes: se hizo una lectura completa de los 5 capítulos del texto, teniendo en cuenta la categoría de *identidad organizacional*, de esta manera se extrajeron las definiciones más relevantes de cada uno de los capítulos, los cuales brindaban una amplia comprensión de dicho concepto y ofrecían un aporte importante para la investigación.

Fase 2: Elaboración de RAE y matrices, para cual se diseñó una matriz de implementación de los RAES de cada uno de los capítulos del texto guía de la investigación, en este diseño se plasmaron los datos principales, como el número de RAE, el tema, el título del capítulo, las palabras claves, etc., así como un resumen minucioso del contenido de cada capítulo, terminando con el nombre del investigador que los elaboró (véase el anexo).

Tabla 1.

Modelo del formato aplicado la elaboración de los resúmenes Analíticos

Facultad de Psicología Espacio Académico: Práctica Investigativa	
Número de RAE:	
Tema:	
Título del capítulo:	
Autor:	
Datos bibliográficos:	
Año:	
Palabras clave:	
Contenidos:	
Elaborado por:	

Fase 3: Selección de las citas más importantes; se realizó la selección de las citas que contenían las ideas principales de cada uno de los capítulos y que definían a su vez desde una postura holística la categoría de *identidad organizacional* en relación con el avance de la lectura y comprensión de los capítulos. En tanto Schvarstein establece que la psicología social en una organización, tenía gran relevancia en el desarrollo de la identidad en una organización, siendo un ítem reiterativo que permitió definir de manera inductiva la categoría de identidad organizacional, la cual fue definida en cada uno de los capítulos del texto desde diferentes miradas, a partir de ello, se diseñó una serie de matrices por categorías definidas como *Psicología Social Organizaciones e Identidad Organizacional*, con el fin de contener esas citas seleccionadas, siendo estas matrices los resultados de la investigación.

Tabla 2.

Modelo relacional aplicado en la matriz de sistematización por categoría

Capítulo	Psicología Social Organizaciones	Identidad Organizacional
----------	----------------------------------	--------------------------

Tras este procedimiento se diseñaron las matrices de integración, las cuales contenían un número de 20 citas, aquellas más relevantes, de las que ya se habían seleccionado previamente en la matriz de sistematización.

Tabla 3.

Ejemplo de matriz de integración Psicología Social de las Organizaciones

Citas de Conceptos de Psicología Social Organizaciones.

Tabla 4.

Ejemplo de matriz de integración Identidad Organizacional

Citas de Conceptos Identidad Organizacional

Fase 4: Integración de matrices: se tomaron como punto de partida las citas incluidas en las matrices de integración *Psicología Social de las Organizaciones* e *Identidad Organizacional*, para realizar la discusión de los resultados obtenidos, produciendo una interpretación de las mismas y contrastándolas a su vez con la concepción que tiene el autor Leonardo Schvarstein de *Identidad Organizacional*, comprobando así la relación existente y generando un aporte conceptual y teórico a la Psicología de las Organizaciones y el Trabajo.

Desde la metodología de investigación cualitativa, para verificar aquello que es propio de los instrumentos y recopilación de información, es importante resaltar que los instrumentos adquieren validez en el cruce de metodologías de investigación, como lo explican Merlino y Martínez (2006) en cuanto al diseño de este tipo de investigaciones, las cuales responden a una lógica de triangulación metodológica en la que se implementa más de un método para abordar el objeto de estudio, la recopilación de datos y su respectivo análisis.

Consideraciones éticas

En este trabajo investigativo es de suma importancia seguir en particular un lineamiento ético profesional, dado que, al constituir un trabajo documental y girar en torno a un texto impreso, es determinante que se respete la autoría de los conceptos y aportes, ya que los desarrollos teóricos recopilados en ellos dan un estatus a la ciencia y a las diversas disciplinas y corrientes científicas; es por esto que se tiene en cuenta, al adelantar este ejercicio académico e investigativo, la Ley 23 del año 1982 de los Derechos de Autor (Vega, 2010), la cual establece:

Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. Protege esta Ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor (Artículo 1).

Así mismo se sigue el código deontológico del Colegio Colombiano de Psicólogos (2009), que estipula en el Capítulo VII. De la investigación científica, la propiedad intelectual y las publicaciones:

Los profesionales de la psicología dedicados a la investigación son responsables de los temas de estudio, la metodología usada en la investigación y los materiales empleados en la misma, del análisis de sus conclusiones y resultados, así como de su divulgación y pautas para su correcta utilización (Artículo 49).

De esta manera, para el desarrollo de este ejercicio investigativo, se realizaron las citas de acuerdo a las normas de publicación de la facultad y los lineamientos establecidos para la

elaboración de los trabajos de grado, desde principios éticos de respeto hacia los autores y sus obras en orden a la construcción de nuevos aportes al conocimiento de la psicología.

Por otro lado, según Vega (2010), se pueden utilizar las ideas y escritos de otros autores siempre y cuando estos tengan la debida citación por parte de quien está realizando dicho ejercicio, por ello indica referenciando la legislación respecto a los derechos de autor:

“a) Citar en una obra, otras obras publicadas, siempre que se indique la fuente y el nombre del autor y que tales citas se hagan conforme a los usos honrados y en la medida justificada por el fin que se persiga (Art 22, a), Decisión 351)” (p. 44).

Resultados

Para identificar los aportes de la Psicología social de las organizaciones propuestos por Leonardo Schvarstein al concepto de Identidad Organizacional, se realizó una serie de matrices de resultados que identifican y relacionan las principales citas de conceptos de Psicología Social de las Organizaciones e Identidad Organizacional, como se evidencia en la Tabla 5, la cual recopila los aportes más relevantes del autor a estas dos categorías de sistematización de información, con el fin de realizar un análisis posterior respecto a la teoría consultada en el cuerpo del ejercicio investigativo.

Tabla 5.

Matriz de sistematización por categoría Psicología Social de las Organizaciones

Capítulo	Psicología Social de las Organizaciones	Identidad Organizacional
1	“El objeto de este capítulo es presentar un esquema que articule los conceptos de institución, organización, grupo e individuo” (p. 21) “Lo comunitario incluye lo institucional, que a su vez incluye lo grupal y que a su vez incluye lo individual” (p. 21) “1. La psicología social como disciplina aborda la relación entre estructura social y configuración del mundo interno del sujeto y su indagación se centra en la interacción” (p. 22). “En este sentido, es posible definir entonces psicología social en las organizaciones, cuyo objeto es la indagación de las interacciones	“De este modo, se puede comprender como ciertas entidades, al construir una identidad singular que las diferencia (identidad-construcción) se constituyen en verdaderas organizaciones-sujeto, por oposición al concepto de organización-objeto que caracteriza aquellas cuyo orden está determinado externamente por los atravesamientos institucionales” (p. 32). “Se llama Transversalidad a la existencia de este orden horizontal en las organizaciones, posibilitado por la existencia de las propias coherencias internas. Cuanto mayor sea la identidad-

entre individuos en ese ámbito específico y sus efectos sobre la configuración del mundo interno de cada uno de ellos” (p. 23).

“Psicología Social en las organizaciones es, por lo tanto, pensar en los individuos, producidos por ellas y productores de ellas” (p. 23).

“Reconocer la pertinencia de una psicología social en las organizaciones obliga a caracterizar específicamente los núcleos temáticos que constituye esta disciplina en dicho ámbito problemático” (p. 23).

“Debe articular y caracterizar en sus interacciones reciprocas, el concepto de organización con los de institución, grupo e individuo. Para la psicología social de las organizaciones, estos conceptos extraen su potencia de la mutua interacción, y adquieren una cualidad específica que emana de su integración” (p. 24).

“Psicología social de las organizaciones es por lo tanto pensar en ellas y sus efectos sobre los individuos. Es entender, por ejemplo, como los rasgos que constituye su identidad determina modalidades de vinculo en el dominio de las relaciones entre sus integrantes” (p. 24).

“Organizaciones e Instituciones. Se definen las instituciones como aquellos cuerpos normativos jurídico-culturales compuestos de ideas, valores, creencias, leyes que determinan las formas de intercambio social”

construcción, mayor será la significación de esta transversalidad y más fácil nos será reconocer estar frente a una organización-sujeto” (p. 32).

“Un compromiso personal mayor con la tarea y con los demás miembros, una preocupación reflexiva en cuanto a sus procesos internos y a su relación con el resto de la organización, son distintivos de estos grupos. Lo que permite caracterizar a un grupo como grupo-sujeto es su capacidad instituyente, la posibilidad de modificar y ser modificado por la organización a la que pertenece. Concepto identidad y grupo” (p. 37).

“La consideración de las actitudes y motivaciones de cada uno de los miembros son esenciales para la calificación de un grupo como sujeto o como objeto; sentido de pertenencia a la organización” (p. 38).

“b) Tendencia a la integración. El grupo considera su quehacer a la luz de la pertenencia a la organización. Tal circunstancia se da no solo por determinaciones externas, sino fundamentalmente por su propia convicción” (p. 39).

“Organizaciones e individuos. En particular, nuestras organizaciones laborales tienen marcada incidencia en la manera como concebimos nuestro

(p. 26).

“Las organizaciones son su sustento material, el lugar donde aquellas se materializan y desde donde tienen efectos productores sobre los individuos, operando tanto sobre sus condiciones materiales de existencia como incidiendo en la constitución de su mundo interno” (p. 27).

“Las organizaciones están entonces atravesadas por muchas instituciones que determinan “Verticalmente” aspectos de las interacciones sociales que allí se establecen. Este es el concepto de Atravesamiento” (p. 28).

“Es decir que las instituciones atraviesan las organizaciones y los grupos. Es este atravesamiento institucional el que permite comprender como determinados modos de hacer y de pensar se producen y se reproducen en una sociedad” (p. 30).

“Lo que constituye a la organización es la comunicación, y lo que constituye al grupo es la interacción. Las personas exceden ambas instancias; los seres humanos son el entorno de los sistemas sociales y establecen con ellos relaciones de interpenetración y observación (14), porque para reconocer las instancias organizacionales y grupales, el sujeto debe ejercer una capacidad reflexiva que le permita observarse a sí mismo y a los demás actuando en ellas” (p. 47).

“Los llamados procesos de inducción,

presente y nuestro futuro. Es decir que nos marcan en el pasaje del tiempo,” como parte de la identidad (p. 46).

“La concurrencia a una organización provee una interacción social regular, un lugar para estar y, literalmente, una razón para levantarse de la cama todas las mañanas” (p. 46).

“Identidad y Estructura. De acuerdo con este concepto, las organizaciones se comportan como homeostatos que procesan las perturbaciones endógenas o exógenas de modo tal de mantener ciertas características invariantes” (p. 63).

“La identidad se materializa a través de una estructura, que es la forma que asume una organización en un aquí y ahora concreto. La estructura se define “por los recursos de que dispone y el uso que de ellos hace, por las relaciones entre sus integrantes y con el entorno, por los modos que dichas relaciones adoptan, por los propósitos que orientan las acciones y los programas existentes para su implementación y control” (23)” (p. 64).

aquellos que se programan para un individuo cuando ingresa a una organización, son paradigmáticos en este sentido. En efecto, no solo son portadores de lo explícito, de lo denotado, de lo que se quiere que el individuo adquiera, sino que en este verdadero proceso de socialización secundaria el ingresante “abreva” en un excedente de mensajes connotados, muchos de ellos no controlables por la organización” (p. 48).

- 2 “En mayo de 1986 se inició el seminario de Psicología Social de las Organizaciones en el seno de la primera Escuela Privada de Psicología Social, fundada por el Dr. E. Pichon Riviere. Se proponía favorecer con este seminario a sus participantes un ejercicio de crítica de la vida cotidiana en las organizaciones, una reflexión acerca de los modos como somos producidos por ellas y productores de sus circunstancias” (p. 86).
- “La dinámica entre lo instituido y lo instituyente podría describirse así como el resultado de la pugna que se establece por la asignación de significados a los hechos de la cotidianidad” (p. 90).
- “La Estructura del Seminario.
- Trabaja entonces sobre los obstáculos, propone permanentemente el abordaje de los conceptos a través de la experiencia de los alumnos en sus propias organizaciones. Reflexiona acerca de la relación que se
- “La Organización Convocante. Refería el mencionado integrante a su inserción presente en una organización en la que trabaja con dedicación parcial, pero que, no obstante, le demandaba un proceso de reflexión profundo y permanente acerca de la naturaleza del rol que desempeñaba allí y su relación con los demás roles organizacionales” (p. 93).
- “Ser sujeto productor no se agota en una lucha semejante, pero para producir hay que poseer poder.
- La posibilidad de hacerse gesta en el seno de relaciones desiguales y dinámicas. Concebirse protagónicamente en el seno de esta trama vincular implica el intento de hacer prevalecer el mecanismo de asunción por sobre los adjudicación en el proceso de formación de roles” (p. 95).
- “La organización convocante conmueve. La explicación de la relación que la
-

establece entre la temática y la dinámica grupal con que es abordada” (p. 91).

“La Organización Convocante.

El Insight se produjo cierta vez en que un integrante, frente a la explicación de nuestra hipótesis en el grupo, dijo textualmente: ‘ahora entiendo por qué vine al seminario’” (p. 92-93).

“Tal organización lo convocaba en su doble sentido: en primer lugar, como sujeto involucrado en su proceso normativo, con una profunda implicación en la relación con los valores sostenidos por el ethos de la organización y la propia posibilidad de contribuir a su concreción” (p. 94).

““Descubrimos” entonces la organización convocante. Convocar, etimológicamente, se relaciona con “Llamado” y definimos provisionalmente como tal a aquella organización en la que el sujeto se siente llamado a ser sujeto productor. Es allí donde la persona ejerce, el ejerció o concibe la posibilidad de ejercer esa relación mutuamente transformadora con su contexto, determinante de sus adaptación activa a la realidad” (p. 94).

“La organización convocante es el espacio privilegiado para visualizar entonces la dialéctica producido-productor en el sujeto. Es allí donde se produce la confrontación, el pasaje, la necesidad de síntesis entre el deseo de ejercer un rol protagónico y

persona establece con ella no la puede dejar indiferente sino que la mueve en el sentido de una resolución.

Esto se aclara al considerar que nunca la persona establece una relación directa con una organización, sino que la misma aparece mediatizada por una trama vincular en cuyo seno se produce la presentación de la organización” (p. 96).

“La organización original es un lugar de confrontación, de nuevas identificaciones que resignifican las identificaciones familiares, lugar de “Cierre” de aspectos estructurales de la singularidad del sujeto. Es en la organización convocante donde la organización original se actualiza míticamente, como lugar referencial, en donde el sujeto se benefició como predominante productor-instituyente y, por lo tanto, transformante, o la vivencia como el lugar que lo definió como producido en una trama vincular, que lo sujeto a las necesidades de los otros, desconociendo de su propia necesidad.” (p. 106).

transformador, y los límites que impone el contexto en el cual se interviene. Es allí donde, en un continuo proceso en espiral, se procesa el significado de pertenencia con su elevado compromiso ético” (p. 94).

“La consideración de la complejidad nos impone reconocer que en la multiplicidad de organizaciones en que participamos somos productores y producidos formamos de esta manera una pertenencia multidimensional a una verdadera constelación organizacional que nos constituye como sujetos de una red social” (p. 96).

“Las organizaciones constituyen entonces los distintos ámbitos en los que se ha desarrollado nuestra experiencia del aprender a aprender, nuestro aprestamiento social.

La organización original queda inscrita como un lugar de iniciación, de pasaje a la adultez, organización mítica que opera como lugar significado, un lugar donde el sujeto experimenta la gratificación o la frustración en el encuentro con el otro, con la satisfacción de su necesidad” (p. 105).

- 4 “El objeto de este capítulo es caracterizar las relaciones que existen entre lo manifiesto y lo latente en los grupos operativos de aprendizaje, y utilizarlos como analizador de las relaciones que se establecen entre la organización y sus grupos” (p. 202).
- “La técnica de grupo operativo transforma así el obstáculo en instrumento para el logro de
- “Proceso de Simbolización. Todos los integrantes del grupo, en cada momento, están desenvolviéndose en lo manifiesto y relacionados a la vez con sus representaciones en el plano de lo latente; estas representaciones están en contacto, constituyendo una trama vincular determinante del acontecer latente
-

la tarea grupal, ya que su comprensión permite no solo el abordaje de la tarea explícita sino también la elaboración de las ansiedades básicas movilizadas en el proceso”, Psicología Grupal (p. 205)

“La psicología social tiene por objeto de estudio el desarrollo y transformación de una relación dialéctica, la que se da entre estructura social y configuración del mundo interno del sujeto, relación que es abordada a través de la noción de vínculo (2)” (p. 209).

“De lo Individual a lo Grupal.

El referente de Freud para el desarrollo de su primera tópica ha sido el ámbito psicosocial. Cabe ahora aplicar las ideas desarrolladas al campo grupal” (p. 214).

“los conceptos de emergente y portavoz; la definición de emergente analizada en el punto 1, como un acontecimiento sintético creador de novedad, debe destacarse su eficacia causal y la modificación de orden cualitativo que su reconocimiento implica, modificación que se define en relación con el existente anterior, en términos de unidad de trabajo. El portavoz es quien, en un momento dado de la situación grupal, merceda una particular sensibilidad que adquiere por el cruce entre la horizontalidad del acontecer grupal y su propia verticalidad, se constituye en vehículo del emergente” (p. 214).

“La adquisición y utilización de los valores propios de la organización

grupal” (p. 215).

“La Organización y su Identidad-Construcción. La identidad es el conjunto de rasgos invariantes que constituyen la organización, transformándola en singular y única a los ojos de los sujetos. En particular, la identidad-construcción está constituida por aquellos rasgos que la organización construye para sí, los que elige como su estrategia fundamental y preserva a través del tiempo” (p. 226).

“En el seno de la organización, la identidad-construcción se constituye en discurso. “Discurriré” significa “ir y venir corriendo”, por lo que, en sentido metafórico, la existencia de un discurso identificadorio hace circular la identidad por la organización y la constituye para sus miembros” (p. 227).

“Identidad, Estructura y Acontecimiento. He dicho que la identidad tiene existencia virtual y que se actualiza en una estructura. Ambos conceptos son de naturaleza sincrónica, la identidad por su carácter de invariante y la estructura por su materialización en un aquí y ahora” (p. 230).

“Identidad, estructura y acontecimiento se determinan de manera recíproca y son complementariamente descriptivas. No se puede entender la una sin la otra” (p. 231).

-
- proporcionan a los miembros aquello que hemos llamado anteriormente competencia social organizacional, una verdadera estructura cognitiva específica, relativa a la organización, que tiende a asignar un sentido unívoco a los distintos acontecimientos de la cotidianidad” (p. 228).
- 5 “El presente capítulo propone la utilización de la noción de espacio como un analizador relevante para la comprensión de las organizaciones” (p. 245).
- “El Espacio como soporte de los procesos organizacionales.
- Vivimos insertos en organizaciones. Organizaciones que nos producen y a las que producimos. Organizaciones que determinan la calidad y cantidad de muchas de las tramas vinculares que constituyen la esencia de nuestro ser social. Organizaciones que requieren de la estabilidad de estas tramas vinculares para su funcionamiento” (p. 245-246).
- “La compartimentalización, la opacidad o transparencia de los lugares donde se interactúa con los demás, la cantidad y distribución de los muebles, la ubicación y el acceso a los archivos, la asignación de maquinarias y equipos y su relación con el lugar para las personas, la climatización de los ambientes, los contactos con el mundo
- “La organización propone la instalación de un orden simbólico que asume de esta forma un valor de cohesión, en contra de su par dialógico de dispersión. Sin él, ya lo dijimos, ninguna acción coordinada en concebible. Es la enseñanza que transmite la metáfora de la Torre de Babel” (p. 233).
- “El Espacio y la Relación Individuo-Organización.
- El espacio organizacional sostiene y transforma el espacio singular del sujeto. Es para él un espacio de realización y de sujeción. Pero los individuos no suelen insertarse pasivamente en este espacio así instituido, sino que participan activamente en su definición a través del modo en que asumen sus roles e interactúan entre sí” (p. 254).
- “El espacio organizacional resulta ser así también un espacio de autonomía para los individuos, en tanto, paradójicamente, solo es posible realizar la propia autonomía en la relación con otros” (p. 254).
- “En la organización convocante la persona encuentra espacio para “ensanchar” su concepción del mundo externo y de su lugar en él. Se enriquece su espacio-abstracción y se ejerce la adaptación activa a la realidad” (p. 260).
-

externo” (p. 257).

“Existen organizaciones que no tienen lugar en su espacio-abstracción para la singularidad de sus sujetos, y entonces les ordenan hábitos, horarios, costumbres y uniformes. Otras, por el contrario, no tienen lugar para todos en su espacio-materialización, sin que este hecho signifique coartar las libertades individuales que la persona necesita para ejercer su creatividad” (p. 260).

El contenido anterior se recopiló a partir de la lectura completa del texto guía de este ejercicio investigativo, en esta matriz se encuentran las citas que exponen a grandes rasgos los significados de ambos conceptos y su valor frente a la teoría ya consultada, con el objetivo de visibilizar el aporte al concepto de identidad organizacional.

Así mismo se establecieron dos matrices de integración de conceptos, la primera de las cuales aborda la Psicología Social de las Organizaciones, y que acá se presenta en la Tabla 6. En estas matrices se redactan citas puntuales e individuales por categoría (en este caso Psicología social de las organizaciones), que permiten tanto identificar puntos específicos para la comprensión de concepto de identidad como sus definiciones de acuerdo a la organización y en qué medida esta influyen en el cambio y desarrollo de la misma, así como en la manera como el individuo es el sustento práctico y de crecimiento de la organización y la relación que existe entre estos desde la percepción de la psicología.

Tabla 6.

Matriz de integración Psicología Social de las Organizaciones, conceptos

Citas de conceptos de Psicología Social de las Organizaciones.
“El objeto de este capítulo es presentar un esquema que articule los conceptos de institución, organización, grupo e individuo; lo comunitario incluye lo institucional, que a su vez incluye lo grupal y que a su vez incluye lo individual” (p. 21) “1. La psicología social como disciplina aborda la relación entre estructura social y configuración del mundo interno del sujeto y su indagación se centra en la interacción” (p. 22). “En este sentido, es posible definir entonces psicología social en las organizaciones, cuyo objeto es la indagación de las interacciones entre individuos en ese ámbito específico y sus efectos sobre la configuración del mundo interno de cada uno de ellos, Psicología Social en las organizaciones es, por lo tanto, pensar en los individuos, producidos por ellas y productores de ellas” (p. 23). “Psicología social de las organizaciones es por lo tanto pensar en ellas y sus efectos sobre los individuos. Es entender, por ejemplo, como los rasgos que constituye su identidad determina modalidades de vínculo en el dominio de las relaciones entre sus integrantes” (p. 24). “Organizaciones e Instituciones, se definen las instituciones como aquellos cuerpos normativos jurídico-culturales compuestos de ideas, valores, creencias, leyes que determinan las formas de intercambio social” (p. 26). “... Las organizaciones son su sustento material, el lugar donde aquellas se materializan y desde donde tienen efectos productores sobre los individuos, operando tanto sobre sus condiciones materiales de existencia como incidiendo en la constitución de su mundo interno” (p. 27). “Las organizaciones están entonces atravesadas por muchas instituciones que determinan “Verticalmente” aspectos de las interacciones sociales que allí se establecen. Este es el concepto de Atravesamiento” (p. 28) “Es decir que las instituciones atraviesan las organizaciones y los grupos. Es este atravesamiento institucional el que permite comprender como determinados modos de hacer y de pensar se producen y se reproducen en una sociedad” (p. 30). “Lo que constituye a la organización es la comunicación, y lo que constituye al grupo es la interacción. Las personas exceden ambas instancias; los seres humanos son el entorno de los

sistemas sociales y establecen con ellos relaciones de interpenetración y observación (14), porque para reconocer las instancias organizacionales y grupales, el sujeto debe ejercer una capacidad reflexiva que le permita observarse a sí mismo y a los demás actuando en ellas” (p. 47).

“Los llamados procesos de inducción, aquellos que se programan para un individuo cuando ingresa a una organización, son paradigmáticos en este sentido. En efecto, no solo son portadores de lo explícito, de lo denotado, de lo que se quiere que el individuo adquiriera, sino que en este verdadero proceso de socialización secundaria el ingresante “abreva” en un excedente de mensajes connotados, muchos de ellos no controlables por la organización” (p. 48).

“En mayo de 1986 se inició el seminario de Psicología Social de las Organizaciones. Se proponía favorecer con este seminario a sus participantes un ejercicio de crítica de la vida cotidiana en las organizaciones, una reflexión acerca de los modos como somos producidos por ellas y productores de sus circunstancias” (p. 86).

“La dinámica entre lo instituido y lo instituyente podría describirse así como el resultado de la pugna que se establece por la asignación de significados a los hechos de la cotidianidad” (p. 90).

“La Estructura del Seminario, trabaja entonces sobre los obstáculos, propone permanentemente el abordaje de los conceptos a través de la experiencia de los alumnos en sus propias organizaciones. Reflexiona acerca de la relación que se establece entre la temática y la dinámica grupal con que es abordada” (p. 91).

“La organización convocante es el espacio privilegiado para visualizar entonces la dialéctica producido-productor en el sujeto. Es allí donde se produce la confrontación, el pasaje, la necesidad de síntesis entre el deseo de ejercer un rol protagónico y transformador, y los límites que impone el contexto en el cual se interviene. Es allí donde, en un continuo proceso en espiral, se procesa el significado de pertenencia con su elevado compromiso ético” (p. 94).

“La consideración de la complejidad nos impone reconocer que en la multiplicidad de organizaciones en que participamos somos productores y producidos formamos de esta manera una pertenencia multidimensional a una verdadera constelación organizacional que nos constituye como sujetos de una red social” (p. 96).

“Las organizaciones constituyen entonces los distintos ámbitos en los que se ha desarrollado nuestra experiencia del aprender a aprender, nuestro aprestamiento social. La organización original queda inscrita como un lugar de iniciación, de pasaje a la adultez, organización mítica que opera como lugar significado, un lugar donde el sujeto experimenta la gratificación o la frustración en el

encuentro con el otro, con la satisfacción de su necesidad” (p. 105).

““La psicología social tiene por objeto de estudio el desarrollo y transformación de una relación dialéctica, la que se da entre estructura social y configuración del mundo interno del sujeto, relación que es abordada a través de la noción de vínculo” (2)” (p. 209).

“La adquisición y utilización de los valores propios de la organización proporcionan a los miembros aquello que hemos llamado anteriormente competencia social organizacional, una verdadera estructura cognitiva específica, relativa a la organización, que tiende a asignar un sentido unívoco a los distintos acontecimientos de la cotidianidad” (p. 228).

“La compartimentalización, la opacidad o transparencia de los lugares donde se interactúa con los demás, la cantidad y distribución de los muebles, la ubicación y el acceso a los archivos, la asignación de maquinarias y equipos y su relación con el lugar para las personas, la climatización de los ambientes, los contactos con el mundo externo” (p. 257).

“Existen organizaciones que no tienen lugar en su espacio-abstracción para la singularidad de sus sujetos, y entonces les ordenan hábitos, horarios, costumbres y uniformes. Otras, por el contrario, no tienen lugar para todos en su espacio-materialización, sin que este hecho signifique coartar las libertades individuales que la persona necesita para ejercer su creatividad” (p. 260).

El segundo concepto abordado a través de una matriz de integración es el de Identidad Organizacional, que acá se presenta a través de la Tabla 7, en esta matriz se tomaron los aportes significativos y correspondientes a la categoría de Identidad organizacional establecida en el ejercicio investigativo, con el fin de visibilizar el aporte del autor al concepto.

Tabla 7.

Matriz de integración Identidad Organizacional

Citas de conceptos de Identidad Organizacional

“De este modo, se puede comprender como ciertas entidades, al construir una identidad singular que las diferencia (identidad-construcción) se constituyen en verdaderas organizaciones-sujeto, por oposición al concepto de organización-objeto que caracteriza aquellas cuyo orden está determinado

externamente por los atravesamientos institucionales” (p. 32).

“Se llama Transversalidad a la existencia de este orden horizontal en las organizaciones, posibilitado por la existencia de las propias coherencias internas. Cuanto mayor sea la identidad-construcción, mayor será la significación de esta transversalidad y más fácil nos será reconocer estar frente a una organización-sujeto” (p. 32).

“Un compromiso personal mayor con la tarea y con los demás miembros, una preocupación reflexiva en cuanto a sus procesos internos y a su relación con el resto de la organización, son distintivos de estos grupos. Lo que permite caracterizar a un grupo como grupo-sujeto es su capacidad instituyente, la posibilidad de modificar y ser modificado por la organización a la que pertenece. Concepto identidad y grupo” (p. 37).

“La consideración de las actitudes y motivaciones de cada uno de los miembros son esenciales para la calificación de un grupo como sujeto o como objeto; sentido de pertenencia a la organización” (p. 38).

“b) Tendencia a la integración. El grupo considera su quehacer a la luz de la pertenencia a la organización. Tal circunstancia se da no solo por determinaciones externas, sino fundamentalmente por su propia convicción” (p. 39).

“ORGANIZACIONES E INDIVIDUOS. En particular, nuestras organizaciones laborales tienen marcada incidencia en la manera como concebimos nuestro presente y nuestro futuro. Es decir que nos marcan en el pasaje del tiempo,” como parte de la identidad. La concurrencia a una organización provee una interacción social regular, un lugar para estar y, literalmente, una razón para levantarse de la cama todas las mañanas” (p. 46).

“Identidad y Estructura. De acuerdo con este concepto, las organizaciones se comportan como homeostatos que procesan las perturbaciones endógenas o exógenas de modo tal de mantener ciertas características invariantes” (p. 63).

“La identidad se materializa a través de una estructura, que es la forma que asume una organización en un aquí y ahora concreto. La estructura se define “por los recursos de que dispone y el uso que de ellos hace, por las relaciones entre sus integrantes y con el entorno, por los modos que dichas relaciones adoptan, por los propósitos que orientan las acciones y los programas existentes para su implementación y control” (23)” (p. 64).

“La Organización Convocante. Refería el mencionado integrante a su inserción presente en una organización en la que trabaja con dedicación parcial, pero que, no obstante, le demandaba un

proceso de reflexión profundo y permanente acerca de la naturaleza del rol que desempeñaba allí y su relación con los demás roles organizacionales” (p. 93).

“Ser sujeto productor no se agota en una lucha semejante, pero para producir hay que poseer poder. La posibilidad de hacerse gesta en el seno de relaciones desiguales y dinámicas. Concebirse protagónicamente en el seno de esta trama vincular implica el intento de hacer prevalecer el mecanismo de asunción por sobre los adjudicación en el proceso de formación de roles” (p. 95).

“La organización convocante conmueve. La explicación de la relación que la persona establece con ella no la puede dejar indiferente sino que la mueve en el sentido de una resolución. Esto se aclara al considerar que nunca la persona establece una relación directa con una organización, sino que la misma aparece mediatizada por una trama vincular en cuyo seno se produce la presentación de la organización” (p. 96).

“La organización original es un lugar de confrontación, de nuevas identificaciones que resignifican las identificaciones familiares, lugar de “Cierre” de aspectos estructurales de la singularidad del sujeto. Es en la organización convocante donde la organización original se actualiza míticamente, como lugar referencial, en donde el sujeto se benefició como predominante productor-instituyente y, por lo tanto, transformante, o la vivencia como el lugar que lo definió como producido en una trama vincular, que lo sujeta a las necesidades de los otros, desconociendo de su propia necesidad” (p. 106).

“Proceso de Simbolización. Todos los integrantes del grupo, en cada momento, están desenvolviéndose en lo manifiesto y relacionados a la vez con sus representaciones en el plano de lo latente; estas representaciones están en contacto, constituyendo una trama vincular determinante del acontecer latente grupal” (p. 215).

“La Organización y su Identidad-Construcción. La identidad es el conjunto de rasgos invariantes que constituyen la organización, transformándola en singular y única a los ojos de los sujetos. En particular, la identidad-construcción está constituida por aquellos rasgos que la organización construye para sí, los que elige como su estrategia fundamental y preserva a través del tiempo” (p. 226).

“En el seno de la organización, la identidad-construcción se constituye en discurso. “Discurriré” significa “ir y venir corriendo”, por lo que, en sentido metafórico, la existencia de un discurso identificador hace circular la identidad por la organización y la constituye para sus miembros” (p. 227).

“Identidad, Estructura y Acontecimiento. He dicho que la identidad tiene existencia virtual y que se

actualiza en una estructura. Ambos conceptos son de naturaleza sincrónica, la identidad por su carácter de invariante y la estructura por su materialización en un aquí y ahora” (p. 230).

“Identidad, estructura y acontecimiento se determinan de manera recíproca y son complementariamente descriptivas. No se puede entender la una sin la otra” (p. 231).

“La organización propone la instalación de un orden simbólico que asume de esta forma un valor de cohesión, en contra de su par dialógico de dispersión. Sin él, ya lo dijimos, ninguna acción coordinada es concebible. Es la enseñanza que transmite la metáfora de la Torre de Babel” (p. 233).

“El Espacio y la Relación Individuo-Organización. El espacio organizacional sostiene y transforma el espacio singular del sujeto. Es para él un espacio de realización y de sujeción. Pero los individuos no suelen insertarse pasivamente en este espacio así instituido, sino que participan activamente en su definición a través del modo en que asumen sus roles e interactúan entre sí; el espacio organizacional, resulta ser así también un espacio de autonomía para los individuos, en tanto, paradójicamente, solo es posible realizar la propia autonomía en la relación con otros” (p. 254).

“En la organización convocante la persona encuentra espacio para “ensanchar” su concepción del mundo externo y de su lugar en él. Se enriquece su espacio-abstracción y se ejerce la adaptación activa a la realidad” (p. 260)

Estas matrices de recopilación individual son la guía básica para la discusión de resultados, ya que van a ser confrontadas con la teoría anteriormente revisada en los marcos de referencia, con el fin de comprender el aporte sustancial al concepto de identidad organizacional desde el texto guía de Schvarstein y según la categorización asumida en los apartados teóricos desarrollados en la investigación desde diferentes perspectivas retomadas durante la construcción del escrito.

Discusión de Resultados

Es oportuno dar comienzo a la discusión desde la comprensión de los aportes de la psicología social de las organizaciones que plantea Schvarstein en el texto guía, abordándolo desde una perspectiva cualitativa, esto con la ayuda de los aportes de teóricos de referentes disciplinares y epistemológicos, mediante la categorización textual, que posibilita la comprensión del concepto de identidad organizacional que se ha abordado a lo largo de la investigación, con el propósito de identificar el impacto en la identidad organizacional y laboral desde la concepción del autor y sus aportes desde el texto guía.

Según Schvarstein, la Psicología social de las organizaciones forma la identidad de los individuos, en tanto que estas causan efectos sobre ellos, puesto que determinan modalidades de vínculo en el dominio de las relaciones entre sus integrantes; por esta razón las organizaciones son cuerpos normativos, jurídicos-culturales, que tienen valores, creencias y normas específicas que determinan las formas de intercambio social al interior de las mismas, que constituyen el sustento material, el espacio en donde tienen efectos productores sobre los individuos, trabajando tanto sus condiciones lucrativas como incidiendo en la construcción de su mundo interno.

Por otro lado, desde una postura disciplinar diferente pero que hace hincapié en la definición de psicología organizacional, Mazabel (2000) define empíricamente la psicología organizacional como una rama de la psicología que se dedica al estudio de los fenómenos psicológicos individuales al interior de las organizaciones y de las formas en que los procesos organizacionales ejercen su impacto en las personas, estudiando la interrelación entre los trabajadores y la empresa, en la cual es esta última la que imparte los primeros modelos de

identidad organizacional, dependiendo de la edificación longitudinal en la etapa de desarrollo en la que se encuentre la persona, y se convierte en punto inicial de su vida laboriosa.

“Psicología social de las organizaciones es... entender, por ejemplo, como los rasgos que constituyen su identidad determinan modalidades de vínculo en el dominio de las relaciones entre sus integrantes”, afirma Schvarstein (1991, p. 24). Si se percibe holísticamente, el concepto de identidad organizacional planteado por Leonardo Schvarstein desde la psicología social de las organizaciones, permitiría a la Psicología del Trabajo y las Organizaciones comprender los fenómenos que emergen del ámbito cotidiano y qué impacto tienen sobre la sociedad, resaltando el hecho de que las relaciones inician en la comunicación de diferentes contextos, culturas, dialectos, entre otros, que interactúan con el individuo en el ámbito de la organización.

En relación con lo anterior, la Psicología se ha convertido en una herramienta esencial en el ámbito del trabajo, y el desarrollo del mismo en las organizaciones, según afirman Jácome et al. (2007), al plantear que las características fundamentales de la organización son aquellas formas racionales y eficaces de agrupación social, un trabajo conjunto con el personal y los recursos de la misma para lograr metas y objetivos; sin embargo, el ejercicio es nutrir la disciplina con aportes significativos y sustanciales, los cuales han permitido que se restaure su postura como eje fundamental al interior de todo ámbito laboral, siendo el principal foco de estructuración de todo proceso que se desarrolle al interior de una institución.

La implementación de prácticas organizacionales, se define como aquellos ejercicios o métodos que utiliza cualquier organización para afianzar a sus empleados frente a objetivos, metas, valores, los cuales sirven como recompensa para los aspectos que de diversos modos atraviesan el desarrollo o funcionamiento de la estructura (Gatewood y Riordan, 1997), por

esta razón la identidad organizacional viene dada por la construcción cotidiana de todas aquellas prácticas llevadas a cabo al interior de la organización.

En base a lo anterior la identidad es una construcción que se da en la organización, transformándola en singular y única a los ojos de las personas pertenecientes a ellas, particularmente la identidad-construcción, constituida por aquellos rasgos que la organización construye para sí, los elementos elegidos como su estrategia fundamental y que conserva con el pasar de los años; al interior de la organización se denota por medio del discurso, que se constituye en un sentido metafórico en cuanto que hace circular la identidad por la organización y la constituye para sus miembros (Schvarstein, 1991).

En esta línea de formación de procesos al interior de las organizaciones, es la Psicología Social la que indaga cómo la interacción del grupo incluye lo institucional y su significado para la parte individual del ser humano; a su vez, explica cómo se debe abordar la relación entre la estructura social y la configuración del mundo interno del individuo, aspecto central hacia la interacción. Por esta razón, en contextos organizacionales, se trata de pensar en los sujetos producidos por la organización en una relación de reciprocidad con estas mismas, a las que se refiere Schvarstein (1991) cuando afirma que “la consideración de las actitudes y motivaciones de cada uno de los miembros son esenciales para la calificación de un grupo como sujeto o como objeto” (p. 38).

La identidad que emerge al interior de una organización, se transforma en un compromiso personal, como una tarea de los miembros de la organización, y surge como una preocupación reflexiva en cuanto a sus procesos internos y su relación con el resto de la organización, es decir, son características específicas de una parte sustancial de la organización, esto a su vez les permite cambiar y ser cambiados por la misma estructura

interna que sostiene la organización a la cual pertenecen, y es lo que se traduce como “identidad y grupo”; sin embargo, aquello que sustenta este significado son las actitudes y motivaciones de cada uno de los miembros de la organización, esto es esencial para la evaluación de un grupo como sujeto u objeto, es decir, la generación de un sentido de pertenencia a la organización (Schvarstein, 1991).

Las organizaciones tienen procesos vitales para su mantenimiento, funcionamiento y producción, que se mantienen gracias a los sujetos que trabajan en ella y que desarrollan su sentido de pertenencia hacia ella, esto se convierte en una relación de intereses mutuos que la alimentan y la hacen crecer, uno de estos procesos, muy importante, es el de “Inducción”, que “programa” al individuo cuando ingresa a la organización; no simplemente es portador de lo explícito, de lo denotado, de lo que se desea que el sujeto adquiera, sino que en este proceso de socialización, el individuo nuevo simplifica en la mayor brevedad la información connotada, mucha de esta no controlable por la misma organización, y la entiende como abrebocas de su ingreso laboral (Schvarstein, 1991).

Las organizaciones constituyen entonces los distintos ámbitos en los que se ha desarrollado nuestra experiencia del aprender a aprender, nuestro aprestamiento social, (Schvarstein, 1991, p. 105), por esta razón la organización es el lugar de iniciación, el paso de la adultez hacia la organización histórica, supliendo la necesidad de los sujetos en amplios ámbitos de su identidad organizacional.

Es por esto que en una organización la relación bienestar-trabajo emerge cuando las condiciones se adecuan al sujeto y hacen que este, con su aporte, haga crecer el capital tanto económico como productivo de esta, lo que se logra mediante la equivalencia entre lo que le satisface al trabajador y la medida en que ello aumenta su desempeño al interior de la misma.

En ocasiones la satisfacción y el bienestar de un individuo generan una identidad organizacional para con la organización gestante, que le aporta tanto a nivel productivo como a nivel de establecimiento y posicionamiento en el ámbito competitivo del sector.

Por otro lado, las personas construyen su identidad laboral a través de la experiencia que van adquiriendo en cada una de las organizaciones, que atraviesa su vida, convergiendo con el impacto que cada una de estas genera en su formación y desarrollo tanto laboral como personal; la maduración de esta identidad se centra en todas aquellas experiencias, bien sean positivas bien negativas, que van forjando con el paso de los años el carácter personal del ser humano. Cuando una de las organizaciones genera un impacto muy grande en la persona se convierte en un espejo del hogar, que la persona va sintiendo como suya y va cuidando con el firme propósito de crecimiento de la misma, según se afirmaba en el Marco disciplinar, y a lo que se refiere Schvarstein al decir que las “Organizaciones e Instituciones, se definen (...) como aquellos cuerpos normativos jurídico-culturales compuestos de ideas, valores, creencias, leyes que determinan las formas de intercambio social” (1991, p. 26).

Para Schvarstein, el sentido de pertenencia a una organización se da desde el aporte sustancial de la organización para con el individuo, es decir si esta genera un gusto hacia la misma y una acogida, mediante la incentivación adecuada que genera en la persona, la concurrencia con la misma, en la interacción social regular que su entorno provee: un lugar para estar y, paulatinamente, una razón para levantarse de la cama todas las mañanas con el firme propósito de ser parte de ella y para ella; esto se da a través de una estructura que se define por los recursos que dispone y como hace uso de estos, y en qué medida estos hacen que la relación entre los integrantes de la misma se encaminen a una sola acción o propósito.

Es en este punto que emerge la influencia y los aportes de la psicología social, puesto que su objetivo es desarrollar y transformar una relación dialéctica de la organización en una estructura social y en la configuración del mundo interno del individuo, integrante de la misma, desde la noción de vínculo; que va de lo individual a lo grupal, por medio de la adquisición y póstuma utilización de los valores propios del contexto organizacional. Ello, sutilmente denominado competencia social organizacional, debe asignar un sentido transversal a los diferentes hechos de la cotidianidad organizacional (Schvarstein, 1991).

La organización como estructura social posibilita la interacción equitativa entre empleados y empleador, y permite generar un vínculo fuerte que se evidencia en la defensa de la organización por parte del integrante frente a elementos externos y adversos que deseen romper la relación y reputación de la organización-individuo, esto psicológicamente denominado vínculo relacional, vínculo que se relaciona con la identidad organizacional, explicada por Dutton y Dukerich (1991, citados por Preciado, 2009) como los aspectos distintivos de la organización, los cuales describen su naturaleza y su carácter que logran perdurar en el tiempo, esto implica una relación coyuntural entre dos partes que comparten un mismo espacio y un mismo propósito de crecimiento, hacia un punto equilibrado de reciprocidad y productividad.

La organización permite que los miembros de la misma tengan un espacio, hecho para ellos, con el firme propósito de generar una interacción entre estos y así brindarles un nicho de esparcimiento, crecimiento y desarrollo, a su vez es un espacio transformador de los ideales de la persona, es decir, es un espacio de realización y de sujeción. Sin embargo, las personas no suelen inmiscuirse del todo en estos espacios, pues actúan como entes pasivos dependiendo del grado de institución del mismo; participan activamente en el mismo, pero al tiempo

asumen roles y acciones específicas que les permiten la interacción entre pares y con el mismo contexto ofrecido por la organización (Schvarstein, 1991).

La organización propone la instalación de un orden simbólico que asume de esta forma un valor de cohesión, en contra de su par dialógico de dispersión. Es la enseñanza que transmite la metáfora de la Torre de Babel (Schvarstein, 1991, p. 233).

De allí que el contexto organizacional le permite a la persona forjar su autonomía en relación con la interacción con el mismo y con aquellos que lo conforman, es así como la identidad organizacional, surge de manera paulatina en relación con cómo se sitúa el individuo al interior de la organización y cómo esta le permite el desarrollo longitudinal de sus habilidades, capacidades, valores, principios, entre otros factores que se edifican con el pasar de los años y dada su participación al interior del espacio organizacional, que por su parte determina la calidad y cantidad del potencial expuesto por la persona al interior de la misma. Es en virtud de tales factores que la organización logra una estabilidad y un funcionamiento adecuado y optimo a nivel de talento humano.

Por último es importante, mencionar el impacto de las comprensiones hechas por Schvarstein en su texto guía y cómo éstas aportan a la comprensión del concepto de identidad organizacional, ya que según el autor esta se materializa en una estructura, que dispone los recursos y el uso de los mismos para la comprensión del impacto que generan en el desarrollo de la identidad al interior de la organización y como el autor lo aborda hacia la orientación de acciones y los programas específicos, que ya existen para el control de la misma al interior de lo que Schvarstein denomina la organización convocante.

Conclusiones

La psicología social de las organizaciones ha generado un impacto de gran magnitud en la comprensión de aquello que acontece al interior de las organizaciones y como estas se desarrollan para permitirle al individuo una adecuación y estabilidad proporcional a su labor, tanto las acciones de los miembros de la organización como las tareas que desarrolla la organización para crecer junto con sus miembros; esta relación se entiende como el vínculo relacional de reciprocidad que se establece en cuanto a bienestar y elementos que permitan el crecimiento personal, entre la estructura social de la organización y aquellos aspectos internos de cada uno de sus miembros.

De ese modo, en el texto de Schvarstein se pueden manifestar aspectos de la identidad centrados en aquella que se adquiere cuando se es parte de una organización, pero que es más que el resultado de los vínculos y modos de dominio de las relaciones de sus integrantes; es por esto que la organización se convierte en una institución normativa, jurídica, cultural y social, que va generando un impacto en las personas, tanto que logra que estos adquieran valores, creencias y principios, que hacen que se dé el sentido de pertenencia a la organización y un intercambio social y personal que posibilita la producción laboral del mismo y crea un espacio equiparable de condiciones económicas justas y un significativo aumento de productividad laboral.

Las personas, que trabajan durante un tiempo considerablemente extenso en una organización, entran a ser parte del proceso de funcionamiento y mantenimientos productivo y económico de la organización, es allí cuando la organización se convierte en una segunda casa para la persona, puesto que es donde pasa la mayor parte de su vida y desde allí adquiere una

parte sustancial de beneficios para premiar su esfuerzo y dedicación; sin embargo, hay que tener en cuenta las relaciones que este forme al interior de la misma, ya que estas son esenciales para definir su permanencia o no en la organización.

Para que una tarea se desarrolle a mayor magnitud es necesario que el ser humano tenga las herramientas necesarias para el desarrollo de la misma y su culminación, en este sentido, el contexto o espacio en donde desarrolle dicha tarea debe proveerle las mayores comodidades o por lo menos los objetos necesarios para la misma; con base en lo anterior, se debe establecer una relación entre el bienestar y el trabajo, ya que la organización es la encargada de velar por el bienestar de individuo que en ella trabaja, con el propósito de que al tener un espacio adecuado de trabajo la persona le retribuya a la organización tanto capital económico como productividad, así como el equilibrio de la misma en su sector.

La identidad de una persona está ligada al compromiso que tiene consigo misma y con las cosas que empieza, puesto que debe hacer una reflexión interna sobre cómo afrontar las adversidades y tropiezos que se le presentan en la cotidianidad y comprender cómo estas interfieren en su quehacer y en qué medida la persona permite que este hecho sea más grande que él; esto suele suceder mucho en las organizaciones y va estrechamente ligado con la capacidad de adaptación de la persona y en qué medida está afrontando los cambios. Si no se tiene una idea clara de quién se es y qué herramientas tiene para sopesar y superar las demandas de la cotidianidad y el ambiente laboral mismo, va a ser muy difícil lograr avanzar con el pasar del tiempo y forjar una identidad personal y un carácter laboral.

Los valores familiares y habilidades personales son las armas más poderosas que el ser humano puede tener en el instante en que se enfrenta de primera vez a un contexto laboral, puesto que son ellas las que forjan carácter, dan fuerza y hacen que la persona logre afrontar

este ambiente que es, de cierto modo, una especie de “jungla” en la cual el individualismo inicialmente es el principal escudo, mientras se logra un clima adecuado de afianzamiento con la vida laboral y las personas que forman parte de la misma.

Existen diversos tipos de organizaciones y climas laborales que posibilitan la adquisición y desarrollo del potencial de la persona, puesto que en entornos hostiles la persona interactúa de cierta manera y en otros de otra; cuando el entorno social de una organización es adecuado para sus miembros, el vínculo que emerge hace que sus integrantes compaginen con ella y busquen mantenerla en una posición determinada, sin importar cuán grandes sean las adversidades que quieran afectar su funcionamiento y reputación.

Por último, la organización o contexto laboral, le permite al ser humano tener autonomía, responsabilidad, sentido de pertenencia, cumplimiento, desarrollo de habilidades, enfrentar los problemas con mayores herramientas para generar soluciones rápidas y que no afecten en gran medida a los demás y no dañen la integridad misma de la persona. Cuando se es parte de una organización se lleva encima el peso de representar a la misma, pero principalmente de demostrar quién se es en el ámbito laboral y qué imagen se proyecta para un mayor crecimiento laboral y personal, en relación con la reputación de sí mismo y las habilidades que tiene en el trabajo y en la vida, este aspecto constituye un aporte sustancial del texto guía de este ejercicio investigativo.

Aportes y Limitaciones

El presente ejercicio investigativo realiza una serie de aportes teóricos en torno a la identidad organizacional, y cómo esta es atravesada por la psicología social, de tal manera que enlaza los procesos que se desarrollan al interior de una organización con el objetivo de generar nuevas interpretaciones en el aspecto psicológico, principalmente en el área de la psicología de las organizaciones y el trabajo, esto a su vez permite tener una visión holística de aquello que en la cotidianidad organizacional genera transformaciones en la persona, en cuanto a su personalidad y a su quehacer en la organización.

En base a las síntesis realizadas, se destacan los aportes generados desde diferentes posturas frente a los factores identitarios de las personas en los ambientes laborales, desde un foco interdisciplinar, permitiendo reflejar los cambios que han emergido con los aportes de nuevas teorías y actores profesionales en el ejercicio investigativo y empírico de la psicología, según lo evidencian los diversos autores citados a lo largo del presente trabajo; este proceso y las transformaciones en determinadas áreas de las organizaciones, ha permitido que la profesión comprenda a profundidad los fenómenos que conllevan el desarrollo de la identidad, y como interacciona y se relaciona con el ejercicio dentro de la organización.

En este punto el profesional debe adquirir la capacidad de comprender e interactuar de forma activa frente a los nuevos cambios socio-culturales que se presentan en la organización, esto le permite generar nuevas estrategias de trabajo interventivo, que le permitan a los miembros de la organización una mejor adaptación al clima laboral y minimizar el impacto que implica el proceso de inicio de labores, ejerciendo así el psicólogo un rol activo al interior de las organizaciones, al realizar acciones encaminadas a la capacitación, al bienestar y a

incentivar una cultura que promueva la comunicación entre los miembros de la misma, favoreciendo en gran medida el ambiente laboral de la organización.

El concepto de identidad organizacional que propone Leonardo Schvarstein resalta una estructura social que favorece la comunicación e interpretación de la psicología social de las organizaciones, desde las diversas instancias sociales en las cuales se está inmerso en la cotidianidad, convirtiéndose esto para el psicólogo y la misma profesión en un reto que se plantea desde el instante mismo en que se comprende este concepto, ya que esta postura permite abordar fenómenos desde diferentes focos teóricos, generando así conocimientos y constructos en relación con el ambiente laboral generado y explicado por la psicología social de las organizaciones.

Este ejercicio investigativo permite profundizar e indagar las diferentes concepciones de la identidad en ámbitos organizacionales en relación a la psicología social, puesto que permite tener una visión de las problemáticas que se gestan al interior de las organizaciones, en orden a configurar una postura paradigmática que trascienda a nivel disciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar, llevando a la psicología a asumir una posición de orden crítico social desde los nuevos conceptos que emergen de la psicología social de las organizaciones.

En cuanto a las limitaciones en el desarrollo de este ejercicio investigativo, es importante resaltar la importancia de la teoría anteriormente estudiada para este tipo de ejercicios cualitativos, sin embargo, es incluso difícil encontrar referentes teóricos del concepto de identidad organizacional, pues al ser un término poco investigado, los antecedentes son limitados, lo que convierte en un reto para la psicología, y para mí como investigador, indagar acerca de estas temáticas novedosas o poco ilustradas, con el fin de

generar teoría a partir de ellas, aunque volvería a hacer un ejercicio como este con el fin de profundizar más, ya que se convirtió en un punto de posicionamiento personal en el ámbito organizacional de mi vida estudiantil y profesional.

Por otro lado, fue limitante el hecho del cambio de foco y de texto principal de la investigación, puesto que llevar a cabo dicho ejercicio investigativo, demandó un cambio radical de postura y de texto, y otros impases; sin embargo, esto no fue de tal magnitud como para obstaculizar la culminación de esta investigación; el cambio de texto obligó a revisar otras temáticas y autores, que con el pasar del ejercicio fueron enriqueciendo de otro modo el foco teórico y analítico de la investigación y de mi persona como profesional y como investigador, esto fue vital para generar un aporte significativo e interdisciplinar a la misma psicología.

Referencias

- Agudelo, M. y Estrada, P. (2012). Constructivismo y construccionismo social: Algunos puntos comunes y algunas divergencias de estas corrientes teóricas. *Revista Prospectiva*, 17, 353-378. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co>
- Albert, S. & Whetten, D. (1985). Organizational identity. En L. L. Cummings y B. M. Staw (eds.), *Research in organizational behavior* (pp. 263-295). Greenwich: JAI.
- Ascorra, P. (2002). Acción organizacional y socioconstruccionismo. *Revista de Psicología*, 11(1), 165-174. Recuperado de: <http://www.revistapsicologia.uchile.cl>
- Bedoya, D.; Hidalgo, L. y Marín, L. (2005). Identidad del conductor en el contexto de las organizaciones de trabajo solidario. *Universitas Psychologica* 4(3), 297-305. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es>
- Bonilla, E. y Rodríguez, P. (1997). *La investigación en ciencias sociales: más allá del dilema de los métodos*. Bogotá: Uniandes.
- Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. *Critical Inquiry*, 18(1), 1-21. Recuperado de: <http://worldroom.tamu.edu>
- Burbano, J., Castillo, P. y Rengifo, M. (2002). *Identidad laboral de personas con discapacidad física* (Tesis). Pontifica Universidad Javeriana, Bogotá (Colombia).
- Cabero, J. y Loscertales, F. (1998). *La imagen del profesor y la enseñanza en los medios de comunicación social*. Sevilla: Universidades de Sevilla y Huelva, Illustrated, pp. 1-25. Recuperado de: <http://tecnologiaedu.us.es>

- Cañón, O.; Peláez, M. y Noreña, N. (2005). Reflexiones sobre el socioconstruccionismo en psicología. *Diversitas: Perspectivas en Psicología* 1(2), 238-245. Recuperado de: <http://www.redalyc.org>
- Castells, M. (1996). *La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Chabaud, G. (2007). Cultura organizacional e identidad. *Hospitalidad-ESDAI*, 11, 25-45.
- Colegio Colombiano de Psicólogos (2009). Deontología y bioética del ejercicio de la psicología en Colombia. Recuperado de: <http://www.upb.edu.co>
- Contreras, C. y Hernández, E. (2011). Antecedentes teóricos y niveles de análisis de la identidad organizacional. *Nova Scientia*, 3(6), 158-179. Recuperado de: <http://www.redalyc.org>
- Cortés, D. (2011). Aportes para el estudio de la identidad institucional universitaria: El caso de la UNAM. *Perfiles educativos*, 33, 78-90. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx>
- Díaz, M. (2008). La psicología laboral y de las organizaciones: una mirada desde los 90' en Cuba. *Psicología para América Latina*, 15, La Habana, Cuba. Recuperado de: <http://www.psicolatina.org>
- Erickson, E. (1977). Identidad psicosocial. En *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, tomo V, Madrid: Aguilar.
- Etkin, J. y Schvarstein, L. (1989). *Identidad de las organizaciones: invariancia y cambio*. Buenos Aires: Paidós.
- Fiol, C. M. (1991). Managing culture as a competitive resource: an identity-based view of sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 191-211.
- Fiol, C. M. (2002). Capitalizing on paradox: The role of language in transforming organizational identities. *Organization Science*, 13(6), 653-666.

- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa* (2a ed.). Madrid: Morata – Fundación Paideia Galiza.
- Furnham, A. (2001). *Psicología organizacional: el comportamiento de los individuos en las organizaciones*. México: Universidad Iberoamericana.
- Gatewood, R. y Riordan, C. (1997). The development and test of a model of total quality: Organizational practices, TQ principles, employee attitudes and customer satisfaction. *Journal of Quality Management*, 2(1), 41- 65.
- Gergen, K (1996). *Realidades y relaciones*. Barcelona: Paidós.
- Gil-Monte, P. (2002). The influence of gender on the development of Burnout Syndrome process in nursing professionals. *Psicologiaem Estudo, Maringa*, 7(1), 3-10.
Recuperado de: <http://www.scielo.br>
- Giménez, G. (1996). La identidad social o el retorno del sujeto en Sociología, en *Identidad: Análisis y teoría, simbolismo, sociedades complejas, nacionalismo y etnicidad*. III coloquio Paul Kirchhoff, México: UNAM.
- Gioia, D. A. (1998) From individual to organizational identity. En D. A. Whetten y P. C. Godfrey (Eds.), *Identity in organizations: Building theory through conversations* (pp. 17–31). Sage: Thousand Oaks.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Gómez, H. (2008). Cultura organizacional e identidad productiva propuesta para el análisis de las organizaciones colombianas. *Umbral Científico*, 13, 56-64. Recuperado de: <http://www.redalyc.org>
- Gonnet, J. (2014). Cosmologías y orden social organizacional. *Revista Sociológica*, 81, 227-260. Recuperado de: <http://www.revistasociologica.com.mx>

- Gosende, E. (2001). Entre construccionismo social y realismo ¿atrapado sin salida? *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 1, 104-127. Recuperado de: <http://dspace.uces.edu.ar:8180>
- Gracia, E. y Herrero, J. (2006). La comunidad como fuente de apoyo social: evaluación e implicaciones en los ámbitos individual y comunitario. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 38(2), 327-342. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co>
- Hechanova, R. (2012). Culture masquerading, identity and organizational commitment. *Asian Journal of Social Psychology*, 15, 208–219.
- Jácome, M., Correa, D. y Martínez, E. (2007). La organización ante la perspectiva del cambio. *Revista Faces*, 18(1), 121-127. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co>
- Jager, U. y Schroer, A. (2014). Integrated organizational identity: A definition of hybrid organizations and a research agenda. *Voluntas*, 25, 1281–1306.
- Johanson, J. (2000). Intraorganizational influence: Theoretical clarification and empirical assessment of intraorganizational social influence. *Management Communication Quarterly*, 13(3), 393-425.
- Liebrucks, A. (2001). The concept of social construction. *Theory and psychology*, 11(3), 363-391. Recuperado de: <http://tap.sagepub.com>
- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación XXI*, 167-179. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es>
- López, P. (2013). Realidades, construcciones y dilemas. Una revisión filosófica al construccionismo social. *Cinta de Moebio*, 46, 9-25. Recuperado de: <http://www.scielo.cl>

Mansilla, S. (2006). Literatura e identidad cultural. *Estudios filológicos*, 41, 131-143.

Recuperado de: <http://www.scielo.cl>

Mazabel, C. (2000). *Diccionario de recursos humanos*. Centro de Investigaciones de Recursos Humanos, Lima, Perú. Caracas: Litho-Caribe.

Mercado, A. y Hernández A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva.

Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, 53, 231- 236.

Merlino, A y Martínez, A. (2006). Integración de métodos cualitativos y cuantitativos:

Construyendo e interpretando clusters a partir de la teoría fundamentada y el análisis del discurso. *Forum: Qualitative Social Research*, 8(1).

Moriano, J.; Topa, G.; Valero, E. y Lévyb, J. (2009). Identificación organizacional y conducta “intraemprendedora”. *Revista Anales de Psicología* 25(2), 277-287.

Recuperado de: <http://www.um.es>

Muchinsky, P. M. (2002). *Psicología aplicada al trabajo*. México: Thompson Learning.

Munduate, L. (1996). *Psicología social de la organización. Las personas organizando*.

Madrid: Pirámide.

Muscalu, E. (2014). Organizational culture change in the organization. *Revista Academiei*

Forțelor Terestre, 4(76), 392-396.

Ortiz, J. (2008). Construyendo Identidad corporativa desde la cultura organizacional en

eléctricos y ferretería Delta LTDA, una oportunidad de comunicación a partir de un diagnóstico organizacional (Tesis). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá (Colombia).

Pastor, J. y León, A. (2007). Complejidad y psicología social de las organizaciones.

Psicothema, 2(19), 212-217. Recuperado de: <http://www.psicothema.com>

- Peralta, M. (2006). Lo público y lo privado en los procesos de selección de personal. *Acta Colombiana de Psicología*, 9(1), 87-97. Recuperado de: <http://www.redalyc.org>
- Pfeffer, J. (1994). *Competitive advantage through people. Unleashing the power of the work force*. Boston: Harvard Business School Press.
- Preciado, A. (2009). Gestión de la Identidad corporativa en empresas periodísticas colombianas. *Revista Latina de Comunicación social*, 12(64), 810- 818.
- Ramírez, J. (1998). Cultura organizacional e identidad en la nueva competitividad. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales INNOVAR*, 12, 45-63. Bogotá, D. C., Colombia. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co>
- Raskin, J. (2002). Constructivism in psychology: personal construct psychology, radical constructivism, and social. *American Communication Journal*, 5(3), 1-25. Recuperado de: <https://faculty.newpaltz.edu>
- Rentería, E y Torres, C. (2012). Identidad profesional: proceso de configuración en el caso de dirigentes de organizaciones no gubernamentales. *Cuadernos de Psicología Social do Trabalho*, 2(15), 287-302. Recuperado de: <http://www.revistas.usp.br>
- Rodríguez, J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Silogismo*, 8. Recuperado de: <http://cide.edu.co>
- Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Aljibe, pp. 1-37. Recuperado de: <http://media.utp.edu.co>
- Ryan, A. M. y Ford, J. (2010). Organizational psychology and the tipping point of professional identity. *Industrial and Organizational Psychology*, 3, 241–258.
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13, 71-78. Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe>

- Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa*. Bogotá: ARFO. Recuperado de:
<http://www.virtual.unal.edu.co>
- Sandoval, J. (2010). Construccinismo, conocimiento y realidad: una lectura crítica desde la Psicología Social. *Revista de Madrid*, 23, 31-37.
- Schein, E. (1993). On dialogue, culture, and organizational learning. Reprinted from *Organizational dynamics*, Edgar H. Schein, vol. 22, with permission from Elsevier Science. *Reflection*, 4(4), 27-38. Recuperado de: <http://dialogos.com>
- Schvarstein, L. (1991). *Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes*. Buenos Aires: Paidós.
- Schvarstein, L. (2009). Nuevos paradigmas para la gestión humana de las organizaciones. Transcripción de la conferencia en el lanzamiento de la Especialización de Gestión Humana de las Organizaciones, Universidad Piloto de Colombia. Recuperado de:
<http://www.contextos-revista.com.co>
- Tesouro, C., Palomanes, M., Bonachera, F. y Martínez, L. (2013). Estudio sobre el desarrollo de la identidad en la adolescencia. *Tendencias pedagógicas*, 21, 211-224.
- Urbina, Y. (2008). Elaboración de resúmenes analíticos de investigación de los trabajos de grado de la especialización de gerencia comercial de la Universidad de la Sabana de los meses de septiembre y diciembre del año 2004 (Tesis de especialización). Universidad de la Sabana, Bogotá. Recuperado de: <http://intellectum.unisabana.edu.co>
- Vega, A. (2010). *Manual de Derecho de Autor*. Bogotá: Dirección Nacional de Derecho de Autor, Unidad Administrativa Especial Ministerio del Interior y de Justicia, pp. 1-105. Recuperado de: <http://www.derechodeautor.gov.co>

Villanueva, L. (2011). *La identidad organizacional desde el construccionismo social. Caso de estudio: Ciudad Deportiva Francisco I. Madero del Gobierno del Distrito Federal Trabajo* (Tesis). Universidad Autónoma Metropolitana División de Ciencias Sociales y Humanidades, Posgrado en Estudios Organizacionales, pp. 1-186. Recuperado de: <http://148.206.53.84/tesiuami/UAMI15332.pdf>.

Anexo

Modelo de fichas elaboradas a partir de la obra en estudio

Facultad de Psicología Práctica Investigativa	
Número de RAE:	1
Tema:	Institución, Organización, Grupo e Individuo
Título del capítulo:	Psicología Social de las Organizaciones
Autor:	Leonardo Schvarstein
Datos bibliográficos:	Schvarstein, L (1991). <i>Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes</i> . Primera Edición. Editorial Paidós Buenos Aires, Argentina.
Año:	1991
Palabras clave:	Institucional, Grupo, Individuo, Organización, Identidad y Construcción.
Contenidos:	En este capítulo, se pretende plantear un esquema que defina y organice los diferentes conceptos que se ejemplifican para identificar cual es la relación existente, entre institución, organización e individuo. La psicología social al interior de una organización, propende el surgimiento de habilidades personales de cada uno de los integrantes de la misma para generar una relación jerárquica y en qué medida esta fortalece la identidad y el vínculo grupo-organización; y como las particularidades del grupo e instituciones externas, generan un impacto sustancial en la organización. Por otro lado se hace énfasis en el término, <i>identidad-construcción</i>, el cual explica, como se edifica el lazo que existe entre la organización y el sujeto, y en qué medida este permite, una significación transversal, que hace más visible dicha relación, entre actitudes y motivaciones de cada uno de los miembros, lo cual se convierte en un punto de inicio de todo trabajo en la organización.
Elaborado por:	Cristian Iván Palmar Peñuela

Facultad de Psicología Practica Investigativa	
Número de RAE:	2
Tema:	Seminario de Psicología Social de las Organizaciones
Título del capítulo:	La Organización Convocante.
Autor:	Leonardo Schvarstein
Datos bibliográficos:	Schvarstein, L (1991). <i>Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes</i> . Primera Edición. Editorial Paidós Buenos Aires, Argentina.
Año:	1991
Palabras clave:	Seminario, Organización Convocante, dinámica, roles organizacionales.
Contenidos:	En este capítulo se explica todo aquello que aconteció en el seminario del año 1986, acerca de la Psicología Social de las Organizaciones, desarrollado en la primera Escuela Privada de Psicología Social, fundado por el Dr. E. PichonRiviere. En dicho encuentro se proponía incentivar a los participantes, a realizar desde sus conocimientos críticas, acerca de la vida cotidiana que se lleva en las organizaciones, y hacer una reflexión sobre los modos de cómo son constructores de las mismas y estas en qué medida edifica al individuo bajo las circunstancias que vive en ellas. La organización convocante es aquella, que convoca desde una postura de doble envergadura, inicialmente como un sujeto involucrado en su proceso formativo y normativo individual, y en el otro extremo como un sujeto en relación con los valores sostenido de la organización, y la posibilidad de contribuir en la consecución de los mismos; es decir, la adquisición de los compromisos éticos estipulados por y para la organización.
Elaborado por:	Cristian Iván Palmar Peñuela

Facultad de Psicología Practica Investigativa	
Número de RAE:	3
Tema:	Constitución de la organización, los conceptos de la Semiótica
Título del capítulo:	Semiótica de las Organizaciones
Autor:	Leonardo Schvarstein
Datos bibliográficos:	Schvarstein, L (1991). <i>Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes</i> . Primera Edición. Editorial Paidós Buenos Aires, Argentina.
Año:	1991
Palabras clave:	Semiótica, Signos, Símbolo, Ciencia y Códigos.
Contenidos:	En este capítulo, se revisara la relación entre la descripción emergente entre la puesta en desarrollo de la organización y el orden simbólico de la misma desde la definición de los conceptos de la semiótica. La semiótica es la ciencia de los signos, por esta razón, hay una relación entre la misma y la psicología social en una organización, puesto que, en las organizaciones hay símbolos, signos, dialectos y patrones, fijos de comunicación y de interacción que le posibilitan a la misma una distribución y una funcionalidad organizada entre los patrones de comunicación de la misma y la interacción individuo-organización. La Psicología Social y la semiótica se unen en este capítulo, con el objetivo de ratificar la pertinente relación entre estas, con respecto a los procesos de significación, la cotidianidad de la organización, la comunicación, los comportamientos, los objetos y sujetos, son portadores de sentido para los miembros de la misma organización; esta relación explica de forma contundente, como los símbolos de una organización le permiten a la misma crear patrones de cotidianidad al interior de la misma y los procesos que esta desarrolla.
Elaborado por:	Cristian Iván Palmar Peñuela

Facultad de Psicología Practica Investigativa	
Número de RAE:	4
Tema:	Relación, existente entre lo manifiesto y lo latente en los grupos de la organización.
Título del capítulo:	Relaciones entre lo manifiesto y lo Latente
Autor:	Leonardo Schvarstein
Datos bibliográficos:	Schvarstein, L (1991). <i>Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes</i> . Primera Edición. Editorial Paidós Buenos Aires, Argentina.
Año:	1991
Palabras clave:	Técnica, Instrumento, Simbolización, Materialización y Psicosocial.
Contenidos:	En este capítulo, se caracterizara la relación entre lo que existe de manera material, y aquello latente en los grupos operativos de aprendizaje en la organización y como estos sirven como punto de partida para analizar las relaciones que se establecen entre la organización y sus integrantes. Aquello que se manifiesta de una forma específica, y que cumple una función específica entre lo individual y lo grupal en lo socialmente-organizacional, se individualiza desde la utilización de los valores propios de la organización y proporciona a los miembros de la misma aquello que se ha denominado, en este capítulo como competencia social organizacional, manifestada desde dicha relación, esto, emerge del proceso de simbolización, en el cual, todos los integrantes de la organización, están desenvolviéndose en lo manifiesto y relacionado a la vez con sus representaciones en el plano de aquello denominado latente, al interior del contexto de la organización y que apoya vincularmente el proceso individual de cada integrante de la misma.
Elaborado por:	Cristian Iván Palmar Peñuela

Facultad de Psicología Practica Investigativa	
Número de RAE:	5
Tema:	Espacio, como analizador, de la organización.
Título del capítulo:	El Espacio Organizacional
Autor:	Leonardo Schvarstein
Datos bibliográficos:	Schvarstein, L (1991). <i>Psicología social de las organizaciones, nuevos aportes</i> . Primera Edición. Editorial Paidós Buenos Aires, Argentina.
Año:	1991
Palabras clave:	Espacio, Procesos, Funcionamiento, Estabilidad y Clima Laboral.
Contenidos:	En este último capítulo, el objetivo es comprender el porqué de la utilización del término espacio, como un puente entre lo epistemológico de la teoría en general con la comprensión puntual de la organización desde el contexto o espacio organizacional. El espacio organizacional es aquel que le permite a la persona, realizar ciertas actividades, con el fin de insertarse en el mismo de forma pasiva respecto a lo instituido por el contexto en donde se movilice la acción de trabajo del individuo, esto de cierta manera resulta ser así un formalismo de autonomía para la persona, que paradójicamente, solo se puede realizar, bajo la interacción con otros, y su anclaje con la organización la cual, está fomentando dicho espacio de interacción y comunicación.
Elaborado por:	Cristian Iván Palmar Peñuela