

00466
1



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO

ESTUDIO SOBRE LA CONSTRUCCION DE
REPRESENTACIONES Y LA IDENTIDAD DE
AINCCA, S.C.

(Estudio focalizado de la Agencia de Investigación en
Comunicación, de Capacitación y de Asesoría)

T E S I S

QUE PRESENTA:

GRISELDA LAGUILAR VIEYRA

PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRA EN COMUNICACION



ASESOR DE TESIS:
MTRO. FELIPE LOPEZ VENERONI

MEXICO, D. F.

FEBRERO, 2002

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

DEDICATORIAS

ESPECIALMENTE A MIS PADRES: Pedro y Leticia, quienes han depositado su confianza y amor incondicional en nosotros: sus hijos. Y ahora, también con sus nietos.

A mi madre porque eres una mujer sensible y llena de amor. Sabes que tu amor, tus cuidados, tus oraciones y tu atención han sido fundamentales para nuestra formación humana y profesional: gracias, - *"te quiero muchísimo"*

A mi padre porque eres un hombre de grandes logros, de lucha y fortaleza admirables. Sabes que tu disciplina y sobre todo tu gran experiencia en la "Universidad de la Vida" han sido la fuente invaluable de enseñanza y aprendizaje para nuestra familia. Mi admiración, respeto y amor.

A MIS HERMANOS: Berenisse, Sonia y Oswaldo, porque juntos hemos sido cómplices de un sin fin de lecciones, errores, tropiezos, logros y bendiciones, una vez más celebramos algo más... mi amor y mi respeto por esos nuevos caminos que cada uno ha emprendido.

Bere: porque eres una mujer encantadora, fuente de alegría y fortaleza. Y aunque las cosas no son ni salen como uno quisiera en la vida, sabes que cuentas conmigo.

Sonia: porque eres una mujer de lucha y tu mejor que yo sabe lo que cuesta anteponer el pensamiento al sentimiento, gracias por mostrarnos que es posible un equilibrio.

Baldo: ante este "gran reto", ¡Tu puedes! o.k. así que ni te preocupes, porque lo vas a vencer muy bien, *"a pesar del contexto y las variables..."*. Ésta, me parece que es una oportunidad para crecer profesional, emocional y personalmente, sabes que te quiero mucho. Y que puedo decir: *"pues eres mi hermano..."* y *"el jefe Cuauhtémoc"*, dejará de llamar para presionar, llamará para otras cosas.

A MIS HERMOSOS SOBRINOS: Abraham, Abril y Angel, a mis tres Amores, quiénes han venido a reforzar nuestra unidad familiar: han revivido la ilusión y la esperanza; y han llenado de alegría el hogar.

AL AMOR DE MI VIDA, J. Rodrigo De León Rufz: porque juntos construimos un gran y esplendoroso mundo que nos cobijó intensa y profundamente. Soñamos, nos amamos... Sin embargo... Sabes que esto también es un logro que nos pertenece. Mi amor por siempre.

A la Sra. Manuela Ruíz: por su afable cariño y confianza, mi respeto y mi cariño. Usted sabe que *la quiero y la extraño mucho y muy pronto...*

A mis cuñados: Miguel Angel, Arturo y Rocío por la comprensión y la confianza depositada en mis hermanos y en la familia.

A las familias: Aguilar Mondradón, Vieyra Durán, Vilchis Aguilar y Bravo Aguilar, porque sencilla y amorosamente han construido una manera de vivir.

GRISS

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

A DIOS por la gran bendición de la que he gozado: la vida. A través de mis padres he recibido apoyo y amor. Y a mi familia por ser refugio del cansancio, de la inconformidad, las penas y la reveldía. Albergue de cariño y alegría.

***A la Lic. **Pilar Segundo**, quien ha tenido la sabiduría y ha sido cómplice para conducir una reconstrucción de mi vida. Pily: gracias por todo. Mi cariño y mi respeto.

***A **Luis Alfredo Andrade De León**: por tu confianza, tu apoyo y tu invaluable amistad. Fredy: mil gracias porque gracias al espacio que me has ofrecido ha sido posible la reconstrucción... Mis felicitaciones y cariño a **Lolita** por ser la mamá de este hermoso bebé: **Diego**.

***Al Maestro **Felipe López Veneroni**: mi agradecimiento por su confianza, disposición, libertad y apoyo en este recorrer y buscar de un trabajo de investigación. Mi cariño y mi respeto. Felipe: a pesar de muchas cosas "*salió la casta...*"

***A la hermosa y preciosísima de ANN. Gracias por compartir, por escuchar y por tu belleza humana. Porque aunque no lo sabemos con certeza: "*la vida es otra cosa... y nos importa vivirla...*".

***A mis entrañables amigas: **Aurora** y **Ana Lilia**, por su apoyo, disposición y cariño... **Anita** y **Armando**: gracias por compartir la bendición **Viniza**. **Aurora**, porque sabemos que: "*algún día las cosas serán diferentes... y entonces...*".

***A mis **alumnos, ex alumnos** y **asesorados de la ENEP- Acatlán**, porque me han permitido especular y compartir el transitar de un proyecto académico. Y gracias a quienes pudimos compartir el ICOM 2000 en Cuba.

***A mis **compañeros y amigos de la maestría** (Martha -"Lady Marquez"- y Enrique -"Dr. Valleres"-, Ann, Vladimir, Olivia y Oliver, Vero Romero y Ruben, Vero García, Edith, Ana Celia, Marcela, Daniel, Laila, Arturo, Angeles, Lilita, Hermelinda, Antonio, Viviana, Guadalupe, Tamara, Mary Carmen y Francisco) quienes compartieron experiencias y conocimiento, a través de la discusión, la charla, un lugar, un café, la angustia, los desvelos, un trago, una comida, un congreso, un ensayo, una lectura, una conferencia, una teoría, un chisme...: gracias.

***Al Maestro **Alejandro Byrd Orozco**, por tu apoyo y tu solidaridad. Alex: "*¡vencimos las pequeñas batallas!...*", gracias por tu atención y tus atinados comentarios. Mi respeto y mi cariño.

***Al Dr. **José Arellano** y a la Dra. **Margarita Santoyo**, por su compromiso y disposición a los distintos problemas de investigación y su entrega para transmitir cómo elaborar una "*guía de investigación*".

***A la Dra. **Susana González Reyna**, por permitirme disentir, discutir y aprender, y por su disposición hacia este trabajo de investigación. Susana: mil gracias.

***A la Dra. **Carmen Millé**, por la variada y múltiple carga de lecturas, y sobre todo por darme la oportunidad de discutir.

***A la Dra. **Carola García Calderon**, por brindar su atención y su interés hacia mi trabajo, gracias.

***A la Maestra **Alma Rosa Alva de la Selva**, por sus comentarios y observaciones a este trabajo, gracias.

***A la Maestra **Lucía Acosta Ugalde**, por su amistad, su apoyo y su disposición. Lucy: mil gracias.

***A la Maestra **Gloria Valek**, por mostrarnos preocupaciones poco tratadas por la humanidad y por su tiempo para escuchar nuestro "reseñar".

***A la Maestra **Virginia López**, por su comprensión y su sensibilidad hacia la docencia.

***A **AINCCA, S. C.** por permitirme ser parte de ese proyecto, por lo aprendido, por lo redescubierto, emocional, personal y profesionalmente. En especial a **Diego Juárez Chávez**: por lo compartido, por lo discutido, por lo aprendido, por lo experimentado, por lo celebrado, por el conocimiento, por las paradojas y por las complicidades. Mi respeto y mi cariño.

***A mis compañeros y amigos del municipio, especialmente a **Silvia, Javier y Rosendo** con quienes he tenido la oportunidad de intercambiar experiencias y charlas muy ricas.

***A mis amigos y distinguidos abogados: **Isidro, Francisco, Aristóteles, Edgar, Guillermo y Marco Antonio** por todo lo significativo que hemos compartido.

***A las personas que colaboraron con su participación y cooperación en este trabajo de investigación: **Alfredo Andrade, Javier Rodríguez, Yolanda Aldaco, Elizabeth Manjarez, Elizabeth Mata, Miguel Angel Maciel y Diego Juárez**. Gracias por su valiosa información y disposición para nutrir este trabajo de investigación.

***A los profesores **Manuel Aquino, María Luisa Morales y Raquel Abrego** por su apoyo.

***A todas y cada una de las personas que depositaron su voto de confianza en este proyecto-trabajo de investigación y formación académica, a través de la maestría cursada. Especialmente a la Dra. **Judit Bokser Misses**, quien a pesar de los momentos tan difíciles por los que se encontraba la Universidad, nos brindó y buscó los apoyos institucionales (Conacyt) para continuar.

***A todos y cada uno de los colaboradores del posgrado, especialmente a **Gloria Luz Alejandro, a Carlitos Hernández, a Alicia Rodríguez, a Triny y a Rosy**, quienes tuvieron a bien ofrecerme un excelente servicio durante mi estancia en la Facultad y en Coyoacán. ¡Qué conste Gloria, aquí está mi colaboración, aunque sea un granito más!

Mi reconocimiento y agradecimiento a la **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**, por dejar que desfilemos en sus instalaciones en el transitar y construir del conocimiento, por las personas que aquí he conocido y porque mi formación académica se la debo con mucho orgullo a esta institución.

GRISELDA AGUILAR VIEYRA

ÍNDICE

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------------	---

CAPÍTULO 1: LA CONSTRUCCIÓN DE REPRESENTACIONES

1.1 La representación colectiva definida por Emile Durkheim.....	8
1.2 La psicología social: marco referencial de las representaciones.....	14
1.3 La representación social delineada por Serge Moscovici.....	19
1.4 Los procesos de la representación: la objetivación y el anclaje.....	28
1.5 Las funciones de las representaciones sociales.....	34
1.6 La organización interna de las representaciones.....	37

CAPÍTULO 2: UBICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: LA ORGANIZACIÓN AINCCA, S. C.

2.1 Concepto de organización y conformación de AINCCA, S. C.	48
2.2 Los servicios ofrecidos por AINCCA, S. C.	52
2.3 Infraestructura y estructura de AINCCA, S. C.	54
2.4 Superestructura de AINCCA, S. C.	56
2.5 Los cambios, la experiencia y lo vivido en AINCCA, S. C.	59
2.6 Las relaciones personales y de trabajo en AINCCA, S. C.	61
2.7 La cultura organizacional de AINCCA, S. C.	62
2.8 El poder en AINCCA, S. C.	66
2.9 La comunicación organizacional en AINCCA, S. C.	68

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA Y RESULTADOS

3.1 Muestras de informantes.....	73
3.2 Técnicas y metodología empleadas.....	75
3.3 Tópicos y preguntas.....	77
3.4 Resultados.....	82
3.5 Una evaluación de la identidad organizacional de AINCCA, S. C.	96

**CAPÍTULO 4:
CONSIDERACIONES A PROPÓSITO DE LA CONTRUCCIÓN DE
REPRESENTACIONES Y LA IDENTIDAD**

4.1 Las representaciones comunicativas..... 101
4.2 El lenguaje y la comunicación en la vida cotidiana..... 108
4.3 El papel de los medios de comunicación en la vida cotidiana y en el sistema de representaciones..... 112
4.4 La identidad es una representación construida en el devenir de la vida cotidiana..... 118

A MANERA DE SÍNTESIS CONCLUSIVA..... 125

BIBLIOGRAFÍA..... 134

ANEXO 1..... 143

ANEXO 2..... 150

ANEXO 3..... 179

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Los diversos estudios sobre las representaciones sociales son muy recientes y sus herramientas metodológicas están aún en proceso de construcción. Este trabajo tuvo como objetivo principal indagar la utilidad y la pertinencia de la aplicación de métodos cualitativos en el estudio de los procesos mentales denominados representaciones sociales, a través de técnicas empleadas por la psicología social, la comunicación y la antropología. Por esto, es necesario aclarar que este es un trabajo que tiene la aspiración de experimentar técnicas para el estudio de representaciones sociales a propósito de AINCCA, S. C. que posibilitan la identificación de la construcción de representaciones e identidad de esta organización.

De esta manera, la presente investigación tiene como pretensión dar cuenta de cómo se construyen las representaciones y la identidad de AINCCA, S. C., siendo ésta una organización denominada como Agencia de Investigación en Comunicación, de Capacitación y de Asesoría. Cabe aclarar que de manera "informal" (sin espacio concreto) este proyecto existía desde 1997, pero es hasta 1999 cuando se establece formalmente, es decir, temporal, espacial y jurídicamente se conforma (ver anexo 3). De esta manera se constituye (ver apartado 2.1) y se disuelve en el 2001, aunque lo que se hace es una transferencia, esto significa que la razón social aún existe.

El interés particular, radica esencialmente por tratarse de una entidad que buscaba ofrecer diversos servicios que permitieran que otras personas, grupos, organizaciones e instituciones mediante la comunicación se vieran beneficiadas y su espacio fuera habitable plenamente. También nos parece un digno objeto de estudio por los conocimientos que de ahí se derivan en términos de gestar un proyecto autogestivo, que en su idea original pensaba ser una cooperativa, luego una empresa y finalmente, simplemente se concibieron como una organización.

Así nos inquietó saber cómo se fueron constituyendo diferentes representaciones a propósito de AINCCA, S. C., por parte de sus miembros fundadores y personas que estuvieron en contacto muy estrecho al recibir algún producto / servicio ofrecido por esta organización.

Se incidió, particularmente, del repertorio de representaciones, por la identidad, en tanto, ésta da cuenta del ser, la caracterización y la diferenciación ante otros. Y de una u otra manera la identidad organizacional marca las líneas generales de hacer, pensar y decir de toda organización. Así, lo primero es conocer, para luego entender qué es AINCCA, S. C. Además, si consideramos que la organización es una forma de materializar parte de lo social, donde se registran rasgos típicos de la propia ejida social y por ende se visualizan representaciones sociales. En tanto nacemos, vivimos y nos desarrollamos en organizaciones.

Es importante señalar que los supuestos de esta investigación son: la identidad es una representación; la identidad se construye individual y socialmente; la comunicación no es posible sin las representaciones; y el lenguaje es un instrumento que posibilita la comunicación y por ende facilita y posibilita la construcción de representaciones. Ante estas afirmaciones quisimos indagar cómo se construyeron las imágenes (representaciones) en torno a AINCCA, S. C. y su identidad.

De esta manera, resulta significativo identificar los aspectos valorativos y las creencias que giran en torno a la representación-imagen de AINCCA, S. C. desde una lógica interna y también externa. Por esto, a lo largo de este estudio se trató de detectar y revelar los elementos constitutivos que conforman las representaciones de AINCCA, S. C. y la identidad de esta organización.

Por otra parte, cabe destacar que abordar las representaciones como punto nodal de una investigación de carácter comunicacional implica tomar decisiones, sobre todo de índole metodológico, es decir, bajo qué métodos, técnicas, instrumentos y herramientas serán los más pertinentes para dar cuenta, dentro de las posibilidades de la objetividad, sobre nuestro propio objeto de estudio. Considerando que la teoría de las representaciones tiene su origen en el seno de la psicología social, sin embargo, esta perspectiva teórica toma en cuenta tanto la dimensión psicológica como la social, esto significa que para hablar de representaciones requerimos dar cuenta de la intersección entre estas dos dimensiones; encontrando en dicha intersección: experiencias, informaciones, conocimientos, modelos del pensamiento (tradición, educación y comunicación).

Pero ¿cuál es la manera en que podríamos, como investigadores, incidir en estos aspectos? La respuesta inmediata fue preguntar, pero ¿bajo qué modalidad?, pues indagando encontramos limitaciones metodológicas, esto es, en términos de procedimiento. Porque el estudio de las representaciones sociales plantea dos problemas metodológicos esenciales: el de la recolección de las representaciones y el del análisis de los datos obtenidos. Así, en el primer caso, ¿cómo asir representaciones, materializarlas y dar cuenta de ellas? y luego ¿qué validez tendrá la metodología empleada para esta investigación? teniendo como idea que una representación es un proceso activo de construcción de la realidad y por tanto en movimiento y transformación continua.

Ahora bien, cabe distinguir que los métodos, generales para la recolección del contenido de una representación son: los interrogativos y los asociativos. Dentro de los interrogativos encontramos la entrevista y el cuestionario como las herramientas capitales de identificación de las representaciones, la entrevista en profundidad (más precisamente la conducida o semidirigida) constituyen todavía hoy un método indispensable para cualquier estudio sobre las representaciones. Considerando también que la entrevista es una técnica que se traduce en la producción del discurso, y dado que éste es una actividad compleja en sí misma, por lo cual el análisis se hace difícil, pero la entrevista supone recurrir a los

métodos de análisis de contenido, pese al sesgo de subjetividad en el momento de interpretar.

Así, una de las decisiones metodológicas que se tomó, en este estudio fue la de optar por entrevistar a dos de los miembros fundadores de AINCCA, S. C. y luego proceder a decodificar e interpretar, asimismo, retomamos el cuestionario para reconstruir los aspectos y la caracterización identitaria que hicieron nuestros informantes en torno a esta organización con la cual tuvieron contacto. Cabe agregar que para la obtención de información, seleccionamos a dos muestras de informantes. Una está conformada por personas que hayan recibido algún servicio y tuvieron contacto estrecho con AINCCA, S. C.; y la otra por los miembros fundadores de esta organización, aplicándoles cuestionarios y entrevistas, respectivamente. La idea de esta selección obedece a tener una visión interna y externa, esto significa, que la imagen / representación de AINCCA, S. C. la podemos completar a partir de tres ángulos: 1) lo que la organización, formalmente, dice ser; 2) lo que los miembros fundadores, desde dentro, miran; y 3) lo que los otros miran, de acuerdo a lo que AINCCA, S. C., fácticamente, logra proyectar hacia el exterior.

Cabe agregar que otro de los procedimientos llevados a cabo para completar y complementar la información de esta investigación fue el empleo de la observación, las visitas inesperadas y las entrevistas informales para allegarnos, entender, explicar y dar cuenta de esta organización.

Explorar de manera diferente los procesos cognitivos nos ha brindado la experiencia de vislumbrar la riqueza de los métodos cualitativos y reseñar etnometodológicamente a la organización. Reconocemos las limitaciones que nos condiciona la subjetividad, pero al mismo tiempo encontramos un amplio repertorio de evocaciones discursivas que nos relatan, dan cuenta de los elementos constitutivos de las representaciones y al mismo tiempo, una manera distinta de comprender a las organizaciones más aun cuando el campo y la práctica de la comunicación organizacional recién empiezan a explorarse.

Retomando los objetivos de esta investigación buscamos:

- Identificar los elementos constitutivos de la representación y la identidad de AINCCA, S. C. por parte de los miembros fundadores de esta organización y personas cercanas o que hayan recibido algún servicio o producto.
- Detectar las diferencias y semejanzas entre las dos muestras seleccionadas respecto a la representación e identidad de AINCCA, S. C.
- Identificar de qué manera se complementan ambas perspectivas para dar cuenta de la identidad de AINCCA, S. C.
- Evaluar la identidad organizacional de AINCCA, S. C., a partir de sus dominios (relaciones, propósitos y capacidades).

De esta manera, las interrogantes generales de este trabajo versan sobre: ¿Cómo abordar a las representaciones?; ¿Cómo se construyen representaciones individuales y sociales?; ¿Qué elementos o aspectos permiten, afectan o influyen en la construcción de representaciones e identidad en lo individual y en una organización?; ¿Cuáles son los elementos constitutivos de las representaciones y la identidad de esta organización?; ¿Cuál es la identidad organizacional de AINCCA, S. C.?; ¿Por qué la identidad es una representación?; ¿Cómo se construye la identidad?; ¿Por qué el lenguaje es uno de los instrumentos que posibilitan la construcción de representaciones?; y ¿Por qué sin las representaciones no puede existir la comunicación?

Ante estas preguntas, el trabajo de investigación contiene cuatro capítulos, mismos que pretenden satisfacerlas. En el primer capítulo describimos, explicamos y enmarcamos conceptual y teóricamente qué son las representaciones sociales, cuáles son sus posibilidades como objeto de estudio, a través de las diferentes perspectivas y ópticas que la han abordado. Asimismo, intentamos hacer un esbozo general del concepto, desde una visión psico-social; y para ello consideramos a la representación colectiva, definida por Emile Durkheim como el antecedente de la teoría de las representaciones sociales. Se contempló la teoría, propiamente de las representaciones, su caracterización, tipificación y funciones, además incluimos la teoría del núcleo central, considerando los planteamientos de Serge Moscovici y concretamente la propuesta de Jean Claude Abric y Fiament. Esto, para explicar cómo se construyen las representaciones y la identidad de AINCCA, S.C.

De esta manera, este primer capítulo será el argumento nodal para sustentar que la identidad es una representación y que ésta se construye en lo individual, pero que socialmente también se van modificando los esquemas de pensamiento, a través de prácticas sociales, entre ellas la comunicación vía el uso del lenguaje. Y que ese reconocerse/diferenciarse/representarse del otro o de los otros es una parte que se edifica o construye de manera individual y social, por esto también afirmamos que la identidad es un constructo individual y social.

En el segundo capítulo describiremos cuáles son las características de AINCCA, S. C. a nivel estructural: recursos humanos; infraestructural: recursos materiales; y superestructural: filosofía, misión, visión y valores. Así partiremos de una definición de organización para entender su conformación, sus servicios, sus cambios, su experiencia, las relaciones de trabajo y personales, su cultura, el poder ejercido y la comunicación.

La intención es ir plasmando de manera "vivencial", los puntos de vista y opiniones en torno a AINCCA, S. C., a partir de la postura de sus miembros fundadores, además de considerar la forma digamos "formal, acordada" y al mismo tiempo ir intercalando algunas referencias para comprender a las organizaciones en general, aunque nosotros, específicamente aludiremos y nos centraremos focalizadamente en esta organización, de tal modo que se vayan

evidenciado de manera contextual las representaciones a propósito de nuestro objeto de estudio.

Así, deseamos con esto revelar las representaciones en torno a AINCCA, S. C., además de aproximarnos a nuestro objeto de estudio, para con ello ir construyendo los elementos que nos den cuenta de la construcción de representaciones e identidad de AINCCA, S. C., así iremos planteando quién es esta organización, en tanto, que en términos generales “representación es la imagen de algo” y por esto en algunos apartados nos apoyamos de entrevistas hechas a los miembros fundadores.

En el tercer capítulo mostraremos cuál ha sido el procedimiento para llevar a cabo la investigación de campo y de esta manera abordar el objeto de estudio. Explicaremos el tipo de muestras seleccionadas; luego describiremos las técnicas y la metodología empleadas; para posteriormente presentar los instrumentos con sus respectivos tópicos; daremos cuenta de los resultados por cada una de las muestras de informantes, aquí incluimos un par de esquemas para ilustrar sintéticamente los resultados obtenidos; y por último evaluamos la identidad organizacional de AINCCA, S. C. a partir de los dominios de las relaciones, propósitos y capacidades existentes.

En el cuarto capítulo apuntamos ciertas consideraciones y reflexiones que emergen a propósito de la construcción de representaciones y la identidad, a la luz de la investigación de campo, elementos fundamentales para concebir en lo general la construcción de representaciones y la identidad, enmarcados en lo social, lo comunicativo y lo individual. Así, delineamos aspectos como: las representaciones desde una lógica comunicativa; el lenguaje como un instrumento que posibilita la construcción de representaciones; el papel de los medios de comunicación en el sistema de representaciones; y finalmente desarrollamos una de las proposiciones iniciales de esta investigación: la identidad es una representación que se construye. Cabe comentar que para ello hemos considerado un marco explicativo, esto es, a grosso modo integrado al devenir de la vida cotidiana.

Y finalizamos con una síntesis conclusiva, aquí retomamos y destacamos algunos puntos importantes de toda la investigación. Por último cabe señalar que incluimos un par de anexos que sistematizan la información recabada mediante las entrevistas; y un tercer anexo que ilustra el Acta Constitutiva y el Acta de Transferencia de AINCCA, S. C.

Por otra parte, una de las virtudes de este estudio radica, a la luz de la experiencia en AINCCA y en otras organizaciones, que en esta investigación, aunque focalizada en AINCCA, S. C. puede servir como consulta para quienes pretendan abordar otras y deseen comprender lo importante que es contar con una identidad, entre otras cosas para poder abatir una serie de problemas.

Por que sí bien es cierto que a partir de un caso en específico no podemos generalizar, también es cierto que se trata de una situación significativa y focalizada que da cuenta de elementos a indagar, por ejemplo mirar hacia el comportamiento, la cultura y la comunicación organizacional, en virtud de que en el devenir de la vida cotidiana nos la pasamos transitando de una a otra o simultáneamente en varias organizaciones.

Además, no obstante al acelerado e imperante modelo de tecnificación, los actores sociales nacen, crecen y desarrollan su vida en organizaciones. Ello, también nos habla de lo importante que es mirar y entender cuáles son las condiciones en las que habitamos, interactuamos, compartimos, producimos, reproducimos y representamos nuestra estancia en diversos espacios sociales. De esta manera la comunicación cobra un sentido importantísimo en las organizaciones para la coordinación, la ejecución, la productividad y la eficiencia, desde una perspectiva interna, pero desde una lógica externa, la comunicación es capaz de diagnosticar –detectar problemas-; prescribir –sugerir y recomendar de acuerdo a la problemática detectada-; y proponer proyectos, planes, programas, acciones, estrategias y productos comunicativos de acuerdo y en consecuencia a las necesidades en materia de comunicación e información en particular. Asimismo, tres de los grandes niveles y funciones de la comunicación, estratégicamente hablando son: la gestión, la mediación y la consultoría. La comunicación, por tanto, no debe ser vista como una panacea, pero sí como un atenuante estratégico para prevenir, prever y corregir ciertos aspectos que afectan a la organización.

Por otra parte, reconocemos que para abordar las representaciones sociales se requiere de un acercamiento plurimetodológico que dé cuenta del contenido de la representación, su estructura interna y el núcleo central, sobre todo si la concepción adoptada sobre el análisis de una representación social es definida como el conjunto de informaciones, opiniones, actitudes, creencias, organizado alrededor de una significación central. Esto significa que para estudiar representaciones se requiere de una batería instrumental propia de la psicología, mediante test proyectivos en sus distintos formatos, técnicas evocativas, además de los métodos cuantitativos (cuestionarios y entrevistas). Empero esta investigación es de corte cualitativo para poder profundizar, no fue necesario contar con técnicas estadísticas para elegir una muestra proporcionalmente representativa y que tendiera a tocar la superficie; las frecuencias, las constantes y las regularidades del objeto de estudio. Optamos y nos centramos por lo significativo e indagar a profundidad, para saber lo qué es y lo qué no es AINCCA, S. C. en opinión de sus fundadores porque son quienes encabezan el pensar (representaciones) de la organización y de los externos, quienes estuvieron en contacto directo, mismos que tienen un ángulo de visión distinto, son quienes reciben los rasgos identitarios de AINCCA, S. C.

De esta forma, es un trabajo que hace una especie de "radiografía" de AINCCA, S. C., de tal manera que puede servir como un documento de consulta o memoria de esta organización. Puede ser de interés para la gente interesada en

dar cuenta de la construcción social, a partir de las representaciones que se generan en la ejida de lo social, además de considerar el punto de vista cultural en tanto estamos dando cuenta de la identidad, desde esta lógica; pero al mismo tiempo sostenemos que la identidad es una representación e identificamos cómo se intersecta lo social con lo psicológico; cómo se construye la identidad individual y social, y por supuesto, damos nociones desde el punto de vista social, psicológico, cultural y comunicativo para concebir las representaciones.

Asimismo, colateralmente se fueron haciendo una serie de reflexiones a propósito de la construcción de las representaciones y la identidad. Con esta investigación, aunque específicamente focalizada y de corte cualitativo, podemos decir que satisfactoriamente nos revela cosas muy interesantes y corroboramos que los métodos cuantitativos pueden ser complementados y completados con elementos cualitativos y viceversa, aunque cabe señalar que por tratarse de abordar las representaciones, en este caso lo más pertinente fue la utilización de métodos cualitativos que nos permitieran explorar e inferir bajo una perspectiva interpretativa y por tanto subjetiva.

Además, abordar representaciones es de una gran riqueza por lo que enmarcamos teóricamente, es decir, se pueden abordar un sin fin de objetos de estudio y abre una panorámica distinta para ver a las organizaciones a diferencia de lo que se piensa tradicionalmente. Por ello, uno de los alcances de este trabajo de investigación es observar y comprender a las organizaciones desde una perspectiva más compleja, donde se rebase lo estrictamente descriptivo, porque a partir del entendimiento de la construcción de representaciones y la identidad, la reflexión y el nivel de incidencia dan la pauta y la posibilidad de integrar a la comunicación como un punto estratégico para la productividad y al mismo tiempo pensar a la organización como un lugar de nuestra vida, por lo cual merece nuestra preocupación y valiosísimo sería hacer de la organización un lugar habitable.

CAPÍTULO 1: LA CONSTRUCCIÓN DE REPRESENTACIONES

- 1.1 La representación colectiva definida por Emile Durkheim**
- 1.2 La psicología social: marco referencial de las representaciones**
- 1.3 La representación social delineada por Serge Moscovici**
- 1.4 Los procesos de la representación: la objetivación y el anclaje**
- 1.5 Las funciones de las representaciones sociales**
- 1.6 La organización interna de las representaciones**

CAPÍTULO 1

LA CONSTRUCCIÓN DE REPRESENTACIONES

Este capítulo tiene como propósito describir, explicar y enmarcar conceptual y teóricamente qué son las representaciones sociales, cuáles son sus posibilidades como objeto de estudio, a través de las diferentes perspectivas y ópticas que la han abordado. Asimismo, intentamos hacer un esbozo general del concepto, desde una visión psico-social; y para ello es importante considerar a la representación colectiva, definida por Emile Durkheim como el antecedente de la teoría de las representaciones sociales.

Hemos contemplado la teoría, propiamente de las representaciones, su caracterización, tipificación y funciones, nos apoyamos también de la teoría del núcleo central, considerando los planteamientos de Serge Moscovici y concretamente la propuesta de Jean Claude Abric y Flament. Esto, creemos nos permitirá explicar cómo se construyen las representaciones y la identidad de una organización, a propósito de la Agencia de Investigación en Comunicación, de Capacitación y de Asesoría (AINCCA, S.C.).

De esta manera, este primer capítulo será el argumento nodal para sustentar que la identidad es una representación y que ésta se construye en lo individual, pero que socialmente también se van modificando los esquemas de pensamiento, a través de prácticas sociales, entre ellas la comunicación vía el uso del lenguaje. Y que ese reconocerse/diferenciarse/representarse del otro o de los otros es una parte que se edifica o construye de manera individual y social, por esto también afirmamos que la identidad es un constructo individual y social.

1.1 La representación colectiva definida por Emile Durkheim

En este apartado pretendemos ofrecer algunos elementos contextuales del término representación y por ello abrimos este espacio para mirar cómo es definida la representación por Emile Durkheim, en tanto lo consideramos el antecedente inmediato a la teoría de las representaciones sociales, misma que integraremos, describiremos y explicaremos en los siguientes apartados de este primer capítulo.

Así, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX la sociología sólo se ocuparía de las representaciones llamadas colectivas. Entre los sociólogos - Durkheim- pasan por ser "reales" y "verdaderas"; llenan el espacio social, atribuidas como las instituciones y el lenguaje a la conciencia colectiva.

Como ya se había mencionado antes, las representaciones sustituyen a las cosas y resultan de una actividad, la nuestra, la de mi grupo, de mi clase, a través

de actos como la creación, la poesía, el amor etcétera. Las representaciones circulan, entran en el intercambio verbal o textual como el elemento móvil y diverso a la vez.

Los actos sociales se explican, rechazan, utilizan a lo largo de la cadena verbal. Por su parte, los lingüistas explicaron la *significación* de los elementos articulados del lenguaje; formularon el estatuto de la palabra, tomaron el texto como único producto de sentido. Sin embargo, el sentido no solamente debe darse por la cadena de frases o enunciados, debe tomarse en cuenta lo social, la práctica, los valores admitidos, las convenciones aceptadas. Es decir, las representaciones van más allá del discurso explícitamente dicho.

De este modo, la historia de las mentalidades es en esencia un enfoque durkheimiano de las ideas, aunque el propio Durkheim prefería el término "representaciones colectivas". Este enfoque fue desarrollado por el seguidor de Durkheim, Lucien Lévy-Bruhl, en su estudio *La mentalité primitive* (1927) y en otras obras. Sociólogos y antropólogos contemporáneos hablan a veces de "formas de pensamiento", "sistemas de creencias" o "mapas cognitivos".¹

Desde este enfoque y considerando que nuestro tema de investigación general versa sobre la construcción de representaciones, nos parece pertinente acotar el concepto de representaciones, en tanto éste aparece en la sociología a través de Durkheim quien las definió como "estructuras psicosociales intersubjetivas que representan el acervo de conocimiento socialmente disponible y que se despliegan como formaciones discursivas más o menos automatizadas, en el proceso de autoalteración de significaciones sociales", de esta manera las representaciones colectivas se constituyen en portadoras de significaciones sociales, de interpretaciones, de formas de ver el mundo.

Así, para Durkheim "las representaciones colectivas son más estables que las representaciones individuales; pues, mientras que el individuo es incluso sensible a los pequeños cambios que se producen en su medio interno o externo, el equilibrio moral de la sociedad sólo puede verse afectado por acontecimientos que tengan una suficiente gravedad. Todas las veces que estemos en presencia de un tipo de pensamiento o de acción que se imponga uniformemente a las voluntades o a las inteligencias particulares, esa presión ejercida sobre el individuo revela la intervención de la colectividad".²

De esta forma, las representaciones concretas que el individuo pueda tener de su medio personal, corresponden a la manera en que ese ser especial que es la sociedad piensa las cosas de su propia experiencia; y cuando esas representaciones tengan ese carácter genérico que les es más habitual, son obra de la sociedad, se enriquecen con su experiencia.

¹ BURKE, Peter, *Historia y Teoría Social*. Instituto Mora, México, 1997, p. 109

² DURKHEIM, Emile, *Las Formas Elementales de la Vida Religiosa. El sistema totémico en Austria*. Ed. Akal, Madrid, 1992, p. 403

Aunque, cabe añadir desde la perspectiva Durkheimiana que una representación colectiva, por el hecho de ser colectiva, presenta ya garantías de objetividad; pues no sin razón ha podido generalizarse y mantenerse con suficiente persistencia. Por esto, "una representación colectiva se ve necesariamente sometida a un control que se repite indefinidamente: los hombres que se adhieren a ella la verifican a partir de su propia experiencia. No puede, pues, ser completamente inadecuada a su objeto. Sin duda puede expresarlo utilizando símbolos imperfectos, pero los mismos símbolos científicos no son nunca más que aproximados".³

Ahora bien, desde una perspectiva filosófica con clásicos como Platón, Hegel, Heidegger, Kant y Marx encontramos referencia y noción respecto a representación⁴. Sin embargo, el interés de este trabajo es aproximarnos a la

³ Ibidem., p. 406

⁴ Con el idealismo de Platón se visualiza un "mundo de las ideas", donde justo están las representaciones de la realidad. Para Heidegger, la re-presentación es el doble o el re-doble. La sombra o el eco de una presencia perdida. La re-presentación es presentación. Representar es colocar ante mí (ante sí) algo que uno (yo) vuelve seguro. Quizá sea Hegel quien elaboró la teoría más sutil de las representaciones. Para él como para Spinoza, la representación es una etapa, un nivel, un momento del conocimiento.

El signo no es sino la representación de una representación. Cuando se mira un objeto como representado a otro, ese objeto se llama signo y tiene función de signo. El signo es representación "redoblada". Esto es, la representación se disuelve en el signo, unidad de dos términos y de dos caras, el significante y el significado, el representante y el representado.

La representación en general, "es a veces un hecho o fenómeno de conciencia, individual y social, que acompaña en una sociedad determinada (y una lengua) tal palabra o tal serie de palabras, por una parte, y por otra tal objeto o constelación de objetos. Otras veces es una cosa o un conjunto de cosas correspondiente a relaciones que esas cosas encarnan conteniéndolas o velándolas". LEFEBVRE, Henri, *La Presencia y la Ausencia. Contribución a la teoría de las representaciones*. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1983, p. 23 y ss.

El concepto de representación aparece en Kant, éste separa la naturaleza (el flujo de los fenómenos) del pensamiento (las categorías). Lo que parece *objeto* no es sino el producto del pensamiento activo, a partir del *a priori*. Cada representación de un objeto se acompaña de una representación privilegiada, central, el *sujeto* (el "yo pienso"). Y recíprocamente. El "sujeto" no tiene nada de una sustancia para Kant. Así, el mundo sensible y perceptible se compone de representaciones, y esa palabra no designa solamente los "objetos" mentales sino también lo que perciben los sentidos.

Mientras que para Marx, las representaciones son productos de la mente humana, de la división social del trabajo, pero el término *representación* desaparece del vocabulario "marxista" ante el de *ideología*. Marx presiente repetidas veces que el desplazamiento y la sustitución de la representación son operaciones perpetuas. La palabra y el signo sustituyen la sensación y la emoción "vivas". La moneda sustituye las cosas, las necesidades en y por el intercambio; el oro se proclama equivalente general, por lo tanto sustituto eventual de todas las cosas, promovidas al rango de mercancías.

De igual manera, lo que sustituye el tiempo vivido, cualitativo, que ciertos filósofos han llamado "duración"; un objeto material, localizado espacialmente, el "reloj", que muestra desde fuera el tiempo vivido y lo ordena. El reloj no se contenta con representar el tiempo; eleva la inmediatez temporal de lo vivido a la medición social. Establece el tiempo social.

De la crítica kantiana resulta que la *mismidad* carece de lugar y de sentido. El sujeto se capta a través del otro. No tiene presencia; no es sino una *representación*. Esta representación se disipa, se disuelve. El sujeto sólo se representa a través del objeto (lo que Kant analizó remitiendo

teoría de las representaciones sociales desde el antecedente más inmediato y de esta manera poder enmarcar nuestro objeto de estudio. Así, para Beriaín la representación social plantea la configuración social de unos marcos interpretativos y de un mundo simbólico que expresa una construcción social en la historia; es este mundo socialmente compartido que garantizaría la comunicación, la interacción y cohesión social. Se constituyen a su vez como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades del hacer social.

Para Durkheim la noción de “representación colectiva” autoriza a articular, sin duda mejor que el concepto de mentalidad, tres modalidades de la relación con el mundo social: 1) el trabajo de clasificación y de desglose que produce las configuraciones intelectuales múltiples por las cuales la realidad está contradictoriamente construida por los distintos grupos que componen una sociedad; 2) las prácticas que tienden a hacer reconocer una identidad social, a exhibir una manera propia de ser en el mundo, significar en forma simbólica un status y un rango; y 3) las formas institucionalizadas y objetivadas gracias a las cuales los “representantes” (instancias colectivas o individuos singulares) marca en forma visible y perpetuada la existencia del grupo, de la comunidad o de la clase.⁵

Con lo antes señalado se abre una doble vía. Una que piensa en la construcción de las identidades sociales como resultantes de una relación forzada entre las representaciones impuestas por aquellos que poseen el poder de clasificar y designar y la definición sumisa o resistente que cada comunidad produce de sí misma. Y la otra que considera la división social objetivada como la traducción del crédito acordado a la representación que cada grupo hace de sí mismo, por lo tanto, de su capacidad de hacer reconocer su existencia a partir de una exhibición de unidad.

Al trabajar en las luchas de representación, cuya postura es el ordenamiento, y por lo tanto la jerarquización de la estructura social en sí, la historia cultural se aparta de una dependencia demasiado estricta en relación con una historia social dedicada al estudio de las luchas económicas únicamente, pero también regresa sobre lo social ya que fija su atención sobre las estrategias que determinan posiciones y relaciones y que construyen, para cada clase, grupo o medio un ser-percibido constitutivo de su identidad.

a lo absoluto, la intuición “pura” y “trascendental” del sujeto). La conciencia de sí como inmediatez, como certeza existencial, como subjetividad ya realizada, no es sino una trampa y un engaño de la reflexión. No hay conciencia que no sea conciencia de algo. Es cierto, desde Kant, que el sujeto no se representa sino en y por el objeto (e inversamente).

⁵ LE GOFF, Jacques, *Lo Maravilloso y lo Cotidiano en el Occidente Medieval*. Ed. Gedisa, Barcelona, 1994, p. 57. Véase CHARTIER, Roger, *El Mundo como Representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Ed. Gedisa, España, 1999, capítulo 2, “El mundo como representación”, 45-62 pp.

A propósito de la constitución de identidad, para Durkheim, el conjunto de representaciones colectivas conforman el sistema cultural, la estructura simbólica, la cohesión social de una colectividad; son elementos que circulan y dan sentido a un grupo instituido de significados. En torno a la estructura simbólica, la sociedad organiza su producción de sentido, su identidad, su nomos individual (particularidad del ser), su nomos social (el ser social), su nosotros.

Durkheim no concibe una sociedad sin definir unos límites simbólicos, sin definir límites normativos entre el bien como parte de lo deseable y el mal; sin definir el deber ser como la fijación de los límites. Toda sociedad construye o dispone de respuestas reales o imaginarias a las preguntas de la cotidianidad como son la vida, la muerte, al amor, la salud, entre otras.

Las personas de un colectivo participan en sus representaciones colectivas o universos simbólicos, lo que se traduce en significaciones sociales: normas, valores, mitos, ideas, tradiciones. Es lo que Durkheim plantea como la producción social de sentido, la cual se entiende como articulación de la identidad colectiva. Ésta emerge de la interacción colectiva, en la cual los actores sociales se apropian del significado normativo que integra los grupos sociales. Los individuos en este contexto se autoperciben como miembros de su sociedad, porque participan en el conjunto de sus significaciones sociales "imaginarios", que es lo que hace que un grupo rechace y subvalore prácticas realizadas por grupos diferentes a ellos.

Durkheim "Por una parte cree en el progreso lineal de la razón; por la otra, no puede pasar por alto que el individuo 'desde el punto de vista mental' sólo es 'un sistema de representaciones'".⁶

Para Durkheim "acaso no hay representación colectiva que, en cierto sentido, no sea delirante'. Y este fenómeno que se comprueba en el caso de las creencias religiosas, pueden considerarse como una 'ley muy general'".⁷

Para Jacques Le Goff, los intentos realizados para descifrar de otra manera las sociedades, al penetrar la madeja de las relaciones y de las tensiones que la constituyen a partir de un punto de entrada particular (un hecho, oscuro o mayor, el relato de una vida, una red de prácticas específicas) y al considerar que no hay práctica ni estructura que no sea producida por las *representaciones*, contradictorias y enfrentadas, por las cuales los individuos y los grupos dan sentido al mundo que les es propio.

Además, actualmente en sociedades modernas con el advenimiento de la técnica vemos a las representaciones "mediatizadas". "Las representaciones se presentan cada vez más claramente como *mediaciones*, término filosófico proveniente de Hegel del cual se abusó al multiplicar las entidades mediadoras; de

⁶ MAFFESOLI, Michel, *El Conocimiento Ordinario. Compendio de sociología*. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1993, p. 69

⁷ *Ibidem.*, p. 70 y ss. Consúltese DURKHEIM, Emile, op. cit.

tal modo que las lagunas, los contornos, cortes, discontinuidades, desaparecen en la multitud de intermediarios".⁸

La representación se generaliza; el mundo de las representaciones se generaliza; el mundo de las representaciones coincide con el social, en largas concatenaciones de imágenes, de símbolos desviados de lo que les dio sentido. La técnica de los medios de comunicación masiva fortalece las representaciones *presentándolas* en la pantalla o por el habla radiofónica. La concatenación de las representaciones, fortalece el más antiguo maniqueísmo; persisten las contrariedades y contrastes, conflictos embotados y sometidos a lo discursivo. La lista de las oposiciones "pertinentes" que constituyen no el lenguaje en general sino el de las representaciones, ese paradigma social y moral, se mantiene: lo bueno y lo malo, lo puro y lo impuro, lo virginal y lo mancillado, lo sagrado y lo profano, la luz y las tinieblas, el amigo y el enemigo, lo viril y lo femenino, la fecundidad y la esterilidad, etcétera.⁹

Cabe señalar que en el capítulo cuatro de este trabajo abriremos un espacio a la reflexión y a dar algunas consideraciones a propósito de la construcción de representaciones y la identidad, partiendo del hecho de que éstas se conciben y se entienden, hoy por hoy, también a partir de las imágenes, conceptos, valores y creencias "consensuadas" y transmitidas como referentes generalizadores a través de los medios de comunicación masiva, además de lo que en este capítulo iremos desarrollando.

Ahora, después de haber hecho una síntesis, a grosso modo del concepto de representación desde la lógica Durkheimiana y haber considerado la perspectiva filosófica como elementos contextuales y el concepto de representación colectiva, específicamente propuesta de Durkheim, en el siguiente apartado pretendemos enmarcar referencialmente e ir definiendo a las representaciones y de esta manera entender y explicar nuestro objeto de estudio.

⁸ LEFEBVRE, Henri, op. cit., p. 64. Además, véase MARTÍN, Barbero Jesús, *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ed. Gustavo Gili, 2ª. ed., México, 1991 y THOMPSON, John, *Los Medios y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.

⁹ Ibidem., p. 68

1.2 La psicología social: marco referencial de las representaciones

En este apartado el propósito será describir bajo qué condiciones y en qué marco referencial se inscriben las representaciones como un objeto de estudio y cómo se ha ido dando cuenta de la construcción de las representaciones sociales. De esta forma, en general, el paso dado en estos últimos años va de un concepto a una teoría. A medida que ésta se precisa, se desarrollan los conocimientos y se cristaliza un campo de investigación, en cuyo interior se delimitarán áreas específicas y se esbozarán ópticas diferentes. Así, diversas ópticas formulan cómo se elabora la construcción psicológica y social de una representación social. Las principales son:

--Una primera óptica se limita a la actividad puramente cognitiva a través de la cual el sujeto construye su representación. La representación presenta dos dimensiones. Una dimensión de contexto: el sujeto se halla en situación de interacción social ante un estímulo social y la representación aparece entonces como un caso de la cognición social, tal como es abordada por la psicología social. Una dimensión de pertenencia: siendo el sujeto un sujeto social, hace intervenir en su elaboración ideas, valores y modelos provenientes de su grupo de pertenencia o ideologías transmitidas dentro de la sociedad. Los estudios experimentales de la representación en sus relaciones con la conducta entran, en su mayoría, en esta óptica (J. C. Abric, 1971, 1972, 1982; E. Apfelbaum, 1967; J. P. Codol, 1969, 1970; C. Flament, 1971, 1979, entre otros).

--Un segundo enfoque pone el acento sobre los aspectos significantes de la actividad representativa. Se considera que el sujeto es productor de sentido, que expresa en su representación el sentido que da a su experiencia en el mundo social. El carácter social de la representación se desprende de la utilización de sistemas de codificación e interpretación proporcionados por la sociedad o de la proyección de valores y aspiraciones sociales. En tal sentido, la representación es considerada la expresión de una sociedad determinada.

Cuando es propia de sujetos que comparten una misma condición social o una misma experiencia social, la representación frecuentemente se relaciona con una dinámica que hace que intervenga lo imaginario. Situada en el cruce de las coacciones sociales que pesan sobre el individuo y de los deseos o carencias que hacen eco de ellas, la representación expresa y permite trascender sus contradicciones (C. Herzlich, 1969; M. J. Chombart de Lauwe, 1971, 1976; R. Kaes, 1968, 1976).

--Una tercera corriente trata la representación como una forma de discurso y desprende sus características de la práctica discursiva de sujetos situados en la sociedad. Sus propiedades sociales provienen de la situación de comunicación, de

la pertenencia social de los sujetos que hablan y de la finalidad de su discurso (E. Lipiansky, 1979; U. Windisch, 1978, 1982).

--En la cuarta óptica es la práctica social del sujeto la que es tomada en consideración. Actor social inscrito en una posición o lugar social, el sujeto produce una representación que refleja las normas institucionales derivadas de su posición o las ideologías relacionadas con el lugar que ocupa (M. Gilly, 1980; M. Plon, 1972).

--Para el quinto punto de vista, el juego de las relaciones intergrupales determina la dinámica de las representaciones. El desarrollo de las interacciones entre los grupos modifica las representaciones que los miembros tienen de sí mismos, de su grupo, de los otros grupos y de sus miembros. Moviliza una actividad representativa destinada a regular, anticipar y justificar las relaciones sociales así establecidas (J. P. Di Giacomo, 1980; W. Doise, 1972, 1979).

--Finalmente, una perspectiva, más sociologizante y que hace del sujeto el portador de determinaciones sociales, basa la actividad representativa en la reproducción de los esquemas de pensamientos socialmente establecidos, de visiones estructuradas por ideologías dominantes o en el redoblamiento analógico de relaciones sociales (L. Boltanski, 1971; P. Bourdieu, 1980; J. Maître, 1975; P. Robert y C. Faugeron, 1978).

Estas ópticas se encuentran y en ocasiones coinciden en el interior del campo de estudio de las representaciones sociales, ya ha sido objeto de reseñas o comentarios sobre tendencias y metodologías (J. P. Codol, 1979; R. Farr, 1977, 1979; C. Herzlich, 1972; J. Jaspars, 1979; D. Jodelet, 1982; P. Mairieu, 1977).

Su desarrollo permite aislar algunos sectores claves de aplicación: la comunicación social, la difusión y asimilación de los conocimientos (W. Ackermann, 1963, 1966; P. Roqueplo, 1974; B. Schiele, 1982; P. Vergès, 1982); el campo educativo (M. Gilly, 1980; M. Gorin, 1980; A. N. Perret-Clermont, 1976); la genética de las representaciones (H. Deschamps y W. Doise, 1975; M. J. Chombart de Lauwe, 1979); la formación en los grupos (R. Kaes, 1976; C. Vacheret, 1982); las concepciones de la salud física y mental, de la vida psíquica y biológica (R. Farr, 1981; C. Herzlich, 1969; D. Jodelet, 1982, 1984; A. Palmonari, 1982); la percepción y la utilización del espacio (P. E. Barjonet, 1980; D. Jodelet, 1982; S. Milgram y D. Jodelet, 1976; Pailhous, 1979, etcétera).

Estos diversos enfoques y estudios de los fenómenos representativos abordan la doble cuestión que se halla en la base de la teoría: ¿cómo interviene lo social en la elaboración psicológica que constituye la representación social?, ¿cómo interviene esta elaboración en lo social?

Por otra parte, al estudiar cómo penetra en la sociedad una ciencia, **Serge Moscovici** puso de manifiesto dos procesos principales que explican cómo lo

social transforma un conocimiento en representación y cómo esta representación transforma lo social.

Nuestro trabajo se inscribe en un campo que oscila y se intersecta en lo social y lo psicológico. La representación social es un término que actualmente se encuentra en todas las ciencias sociales, mucho después de que Sergio Moscovici (1961) hubiese reanudado con el empleo del concepto olvidado de Durkheim. Pero también constituye la designación de fenómenos múltiples que se observan y se estudian a varios niveles de complejidad, individuales y colectivos, psicológicos y sociales. Además, una nueva unidad de enfoque, fecunda para la psicología social.

Desde hace más de veinte años se constituyó un campo de investigación en torno a este concepto, con sus objetos y su marco teórico específicos. En el campo de las representaciones sociales, la evolución fue del concepto a la teoría. Otro hecho histórico, el concepto de representación social, o más bien, colectiva aparece en sociología. Pero su teoría va ser esbozada en psicología social (S. Moscovici, 1961, 1976), no sin antes haber realizado una desviación por la psicología infantil (J. Piaget, 1926). A continuación se presentarán las líneas principales de esta teoría y algunos de los fenómenos con los que se relaciona.

Las representaciones sociales como fenómenos se presentan bajo formas variadas y complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y las representaciones pueden ser todo lo antes dicho junto, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social.

Una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una *forma de conocimiento social*. Y correlativamente, la actividad mental desplegada por individuos y a grupos a fin de fijar su posición en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen. Lo social interviene ahí de varias maneras: a través del contexto concreto en que se sitúan los individuos y los grupos; a través de la comunicación que se establece entre ellos; a través de los marcos de aprehensión que proporciona su bagaje cultural; a través de los códigos, valores e ideologías relacionadas con las posiciones y pertenencias sociales específicas.

Para Denise Jodelet, la noción de representación social nos sitúa en el punto donde se intersectan lo psicológico y lo social. Antes que nada concierne a la manera cómo nosotros, sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. Así, el conocimiento "espontáneo", "ingenuo" que tanto interesa en la actualidad a las

ciencias sociales, ese que se denomina *conocimiento de sentido común*, o bien *pensamiento natural*, por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos, y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación, la comunicación social. De este modo, este conocimiento es, en muchos aspectos, un *conocimiento socialmente elaborado y compartido*. Se trata de un *conocimiento práctico*. Al dar sentido, dentro de un incesante movimiento social, a acontecimientos y actos que terminan por sernos habituales, este conocimiento forja las evidencias de nuestra realidad consensual, participa en la *construcción social de nuestra realidad*, para emplear una expresión de quienes lo han elevado a la dignidad de objeto de una nueva sociología del conocimiento (P. L. Berger y T. Luckman, 1966).

En 1961, S. Moscovici considera que este mismo conocimiento constituye el eje central de una psicología del conocimiento. Producción mental social, como la ciencia, el mito, la religión y la ideología. Sus parentescos no van muy lejos con esos objetos parciales que son, en psicología social, las opiniones, actitudes, estereotipos e imágenes, a través de las cuales los modelos conductistas reducen el conocimiento a simples disposiciones de respuesta (J. Fodor, 1981).

El concepto de Durkheim recubría esta forma de pensamiento social sin circunscribirlo en su especificidad. Para explicarlo era necesario establecer un modelo que revelase los mecanismos psicológicos y sociales de su producción, sus operaciones y sus funciones. La obra *La psychanalyse, son image et son public* sigue siendo hasta el día de hoy la única tentativa sistemática y global en este sentido, como recuerda C. Herzlich (1972).

En efecto, numerosos e interesantes trabajos se han inscrito en esta línea de preocupación, sobre todo desde hace poco más de una década, estos estudios se han concentrado, dentro de investigaciones experimentales o sobre el terreno, en aspectos específicos de las representaciones sociales, a menudo en respuesta a las preguntas teóricas que plantea este nuevo campo de exploración que se halla en perpetua tensión entre el polo psicológico y el polo social. Sin duda, el acuerdo tiene lugar en el hecho de que debe ser abordada como *el producto y el proceso de una elaboración psicológica y social de lo real*. Pero los fenómenos aislados, los mecanismos puestos de manifiesto se sitúan a diversos niveles que van desde lo individual hasta lo colectivo, dificultando así una comprensión global del pensamiento social.

Por otra parte, el hecho de que la representación social constituya una forma de conocimiento implica el riesgo de reducirla a un acontecimiento intraindividual, donde lo social tan sólo interviene de forma secundaria. El hecho de que se trate de una forma de pensamiento social entraña el peligro de diluirla en fenómenos culturales o ideológicos.

Sin embargo, en este campo de investigación, se obtienen resultados cuyo carácter convergente contribuye a esclarecer, en diversas relaciones, los

fenómenos representativos. Estos resultados pueden alinearse dentro de un modelo teórico unitario que desarrolle el concepto de representación social: *“El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. El sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social.*

Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientado hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

La caracterización social de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás”¹⁰

Es importante señalar que al aislar los mecanismos socio-cognitivos que intervienen en el pensamiento social, el estudio de las representaciones sociales ofrece una poderosa alternativa de los modelos de la cognición social. Su alcance en psicología social no se detiene ahí, ya que debido a los lazos que las unen al lenguaje, al universo de lo ideológico, de lo simbólico y de lo imaginario social y debido a su papel dentro de la orientación de las conductas y de las prácticas sociales, las representaciones sociales constituyen objetos cuyo estudio devuelve a esta disciplina sus dimensiones históricas, sociales y culturales. Su teoría debería permitir unificar el enfoque de toda una serie de problemas situados en la intersección de la psicología con otras ciencias sociales. Y dada dicha pretensión, a continuación se expondrá de manera concreta cuáles, quiénes y cómo se está, actualmente, abordando el pensamiento social, así como los ejes de investigación; investigaciones en curso; y líneas de investigación posibles que se derivan a partir de lo que se está llevando a cabo.

Como ya se dijo, el abordaje del pensamiento social y específicamente, las representaciones sociales, establecen un puente entre las ciencias cognitivas y las ciencias sociales (intersección entre lo psicológico y lo social), permitiendo a la psicología abordar problemáticas sociales, que han sido parte de su interés. En particular en este trabajo de investigación deseamos indagar sobre la construcción de representaciones en torno a AINCCA, S. C. y detallar la identidad de esta organización, en tanto, la identidad en general, creemos, es una representación. Por ello teóricamente revisaremos la teoría de las representaciones; y concretamente en el siguiente apartado veremos la representación social delineada por Serge Moscovici como el antecedente inmediato de las investigaciones posteriores en las ciencias sociales.

¹⁰ MOSCOVICI, Serge, *Psicología Social, II*, Ed. Paidós, Barcelona, 1986, 474 y 475 pp.

1.3 La representación social delineada por Serge Moscovici

Lo que a continuación explicaremos será la teoría de las representaciones sociales y sus prácticas. De esta manera, la noción de "representación social" corresponde a la teoría elaborada en 1961 por Serge Moscovici -como ya lo habíamos anunciado antes-, pero ésta es reconocida hace década y media. Desde entonces es una referencia en psicología social y otras ciencias sociales. Así, la teoría de las representaciones plantea que no hay distinción alguna entre los universos exterior e interior del individuo (o del grupo). Para Moscovici, el sujeto y el objeto no son fundamentalmente distintos. En tanto que ese objeto está inscrito en un contexto activo, concebido parcialmente al menos por la persona o el grupo, ya que la prolongación de su comportamiento, de sus actitudes y de las normas a las que se refiere.

De esta manera la relación sujeto-objeto determina al objeto mismo. Una representación siempre es la representación de algo para alguien. Y como dice Moscovici, esta relación, este lazo con el objeto es parte intrínseca del vínculo social y debe ser interpretada así en ese marco. Por ello, la representación siempre es de carácter social¹¹.

Asimismo, toda realidad es representada, apropiada por el individuo o el grupo y reconstruida en su sistema cognitivo, integrada en su sistema de valores que depende de su historia y del contexto social e ideológico que le circunda. Y es esa realidad apropiada y reestructurada que para el individuo o el grupo constituye la realidad misma. Toda representación es una forma de visión global y unitaria de un objeto, pero también de un sujeto. Esta representación reestructura la realidad para a la vez permitir una integración de las características objetivas del objeto, de las experiencias anteriores del sujeto, y de un sistema de normas y actitudes. Esto permite definir a la representación "como una visión funcional del mundo que permite al individuo o al grupo conferir sentido a sus conductas, y entender la realidad mediante su propio sistema de referencias y adaptar y definir de este modo un lugar para sí".¹²

Para Denise Jodelet, la representación es una forma de conocimiento, elaborada socialmente y compartida con un objetivo práctico que concurre a la construcción de una realidad común para un conjunto social. Asimismo, para Jean-Claude Abric, es a la vez un producto y proceso de una actividad mental por la que un individuo o un grupo reconstituye la realidad que enfrenta y le atribuye una significación específica. Mientras que para Claude Flament, la representación

¹¹ De acuerdo a la filosofía marxista se puede afirmar que la representación se desdobra en a) representación (que va hasta la ideología sistemática) del trabajo que lo mantiene, lo perpetúa y b) representación (que va hasta la ideología) de la automatización próxima, siempre que se acepte "momentáneamente" la división del trabajo "real".

¹² ABRIC, Jean-Claude, *Prácticas Sociales y Representaciones*. Ediciones Coyoacán, México, 2001, p. 13

no es así un simple reflejo de la realidad, sino una organización significante. Esta significación depende a la vez de factores contingentes, es decir, de circunstancias -naturaleza y obligaciones de la situación, contexto inmediato, finalidad de la situación- y factores más generales que rebasan la situación misma: contexto social e ideológico, lugar del individuo en la organización social, historia del individuo y del grupo, desafíos sociales.

La representación funciona como un sistema de interpretación de la realidad que rige las relaciones de los individuos con su entorno físico y social, ya que determinará sus comportamientos o sus prácticas. "Es una *guía para la acción*, orienta las acciones y las relaciones sociales. Es un sistema de pre-decodificación de la realidad puesto que determina un conjunto de *anticipaciones y expectativas*".¹³

Las representaciones no son exclusivamente sociales como antes lo hemos explicado, sino que también son cognitivas, por ello la representación puede verse como un sistema sociocognitivo. Así, las representaciones son sociocognitivas y este doble enfoque está integrado por dos componentes. Veamos:

Su componente cognitivo: la representación supone, un sujeto activo, y tiene desde ese punto de vista una "textura psicológica"¹⁴, sometida a las reglas que rigen los procesos cognitivos.

Su componente social: la puesta en práctica de esos procesos cognitivos está determinada directamente por las condiciones sociales en que una representación se elabora o se transmite. Y esta dimensión social genera reglas que pueden ser muy distintas de la "lógica cognitiva".

Así, las representaciones sociales tienen la característica de estar sometidas a una lógica doble: la lógica cognitiva y la lógica social. De esta manera, las representaciones pueden ser definidas como *construcciones sociocognitivas*, regidas por sus propias reglas. La coexistencia de ambas permite dar cuenta y comprender por ejemplo por qué la representación integra simultáneamente lo racional y lo irracional. Además, por qué tolera e integra contradicciones aparentes y por qué los razonamientos que genera pueden aparecer como "ilógicos" o incoherentes.

Ya se comentó que uno de los componentes fundamentales de la representación es su significación. Y ésta es determinada por un contexto doble, es decir, la representación puede mirarse, también como un sistema contextualizado. Veamos:

El contexto discursivo, por la naturaleza de las condiciones de producción del discurso, a partir del cual será formulada o descubierta una representación. Son producciones discursivas que permiten entrar a las representaciones, es necesario analizar sus condiciones de producción, y tener en cuenta que la

¹³ Ibidem.

¹⁴ MOSCOVICI, Serge, *La Psychanalyse, son image, son public*. PUF, Paris, 1976, p. 40

representación recabada se produce en situación, para un auditorio, a quien pretende argumentar y convencer. Y la significación de la representación social dependerá en parte de las relaciones concretas que se verifican en el tiempo de una interacción.

El contexto social, es decir, por una parte el contexto ideológico y por otra el lugar que el individuo o el grupo respectivo ocupa en el sistema social. Para Doise, la significación de una representación social está entrelazada o anclada siempre en significaciones más generales que intervienen en las relaciones simbólicas propias al campo social dado.

Este doble contexto implica entender el contenido y la dinámica de una representación, es decir, una referencia necesaria al contexto social y no solamente discursivo. Tanto Flament como Guimelli sostienen que los elementos de una representación pueden ser activados o no en un contexto dado, y tener contradicciones aparentes, los componentes "extraños" de la representación, pueden estar ligados directamente a sus efectos de contexto. Precisamente el tomar en cuenta estos efectos es lo que debería permitir descubrir el principio organizador de la representación ocultado por la imposición de un contexto particular.

Ahora bien, la teoría de las representaciones sociales adquiere un valor e importancia fundamental, porque en el marco de lo social, las funciones de las representaciones anteriormente esbozadas marcan la importancia de éstas en la comprensión de la dinámica social. En tanto que la representación es informativa y explicativa de la naturaleza de los lazos sociales, intra e intergrupos, y de las relaciones de los individuos con su entorno social. Asimismo, por sus funciones de elaboración de un sentido común, de construcción de la identidad social, por las expectativas y las anticipaciones que genera, está en el origen de las prácticas sociales, abriendo así gran parte de investigación y análisis por hacer. Mismo que ya hemos esbozado en el apartado anterior (1.2). Por esto nuestro objeto de estudio en esta investigación: la construcción de representaciones y la identidad de AINCCA, S.C. pueden ser explicadas y entendidas bajo esta perspectiva teórica. Y se vuelve necesario contar con una noción de representación social como la imagen o la sustitución de algo o de alguien.

De esta manera, por una parte, la representación social se define por un contenido: informaciones, imágenes, opiniones, actitudes, etcétera. Este contenido se relaciona con un objeto: un trabajo a realizar, un acontecimiento económico, un personaje social, entre otros. Por la otra, es la representación social de un sujeto (individuo, familia, grupo, clase, etcétera), en relación con otro sujeto. De esta forma, la representación es tributaria de la posición que ocupan los sujetos en la sociedad, la economía, la cultura. Recordemos que toda representación social es representación de algo y de alguien. Constituye el proceso por el cual se establece su *relación*.

El acto de representación es un acto de pensamiento por medio del cual un sujeto se relaciona con un objeto. Representar es *sustituir a, estar en el lugar de*. En este sentido, la representación es el representante mental de algo: objeto, persona, acontecimiento, idea, etcétera. Así, la representación está emparentada con el símbolo, con el signo. Al igual que ellos, la representación remite a otra cosa. No existe una representación social que no sea la de un objeto, aunque éste sea mítico o imaginario. De esta forma, tanto AINCCA, S.C. como la identidad de ésta creemos que son una representación.

Por otra parte, representar es re-presentar, *hacer presente en la mente, en la conciencia*. En este sentido, la representación es la reproducción mental de otra cosa: persona, objeto, acontecimiento material o psíquico, idea, etcétera¹⁵.

En todos estos casos, en la representación tenemos el contenido mental concreto de un acto de pensamiento que restituye simbólicamente algo ausente, que aproxima algo lejano. Particularidad importante que garantiza a la representación su aptitud para *fusionar percepto y concepto* y su *carácter de imagen*.

La representación mental, social conlleva igualmente este *carácter significante*. No solamente restituye de modo simbólico algo ausente, sino que puede sustituir lo que está presente (representación teatral, por ejemplo). Siempre significa algo para alguien (para uno mismo o para otra persona) y hace que aparezca algo de quien la formula, su parte de interpretación, como en el caso del actor en una representación teatral. No es simplemente reproducción, sino *reconstrucción* y conlleva en la comunicación una parte de *autonomía* y de *creación individual o colectiva*. Con consecuencias como:

1- La estructura de cada representación, dice S. Moscovici, aparece desdoblada, tiene dos caras poco dissociables como el anverso de una hoja de papel: la cara figurativa y la cara simbólica. Así, la representación es igual a figura sobre sentido, lo que significa que la representación hace que a toda figura corresponda un sentido y a todo sentido corresponda una figura.

2- La representación no es un puro reflejo del mundo exterior. No es la reproducción pasiva de un exterior en un interior, concebidos como radicalmente distintos. Los estudios sobre las representaciones sociales emplean el término imagen en un sentido totalmente diferente, ya sea como figura, conjunto figurativo, es decir, constelación de rasgos de carácter concreto, o bien en sus acepciones que hacen entrar en juego la intervención especificante de lo imaginario, individual, o social, o de la imaginación. Además, en sus corrientes más recientes, la psicología cognitiva ha tenido que reflexionar sobre las distinciones que existen entre imagen y representación, y considerar a la imagen como una de las especies del género representación, junto a las representaciones de lenguaje y de relaciones (M. Denis, 1979).

¹⁵ Véase LEFEBVRE, Henri, op. cit.

3- El propio concepto de representación social fue introducido en psicología social debido a las insuficiencias de los modelos clásicos, y en particular del modelo conductista, a fin de explicar nuestras interacciones significativas con el mundo (J. J. Franks, 1974). En su crítica a las nociones de imagen, opinión y actitud, S. Moscovici (1969) explica el fracaso de toda una tradición de investigación que pretendía predecir o cambiar los comportamientos, mediante el hecho de que la relación entre el sujeto y el objeto se reducía a una relación entre un estímulo y una respuesta, y se introducía una división entre el universo exterior y el universo interior. Ahora bien, según él, el sujeto y el objeto no son congénitamente distintos y representarse algo es darse, conjunta e indiferencialmente, el estímulo y la respuesta. Este fenómeno es una característica de la interacción del sujeto y del objeto, que se enfrentan modificándose mutuamente sin cesar, como dice Piaget (1968).

4- Esto implica que siempre haya una parte de actividad de construcción y reconstrucción en el acto de representación. Dado que la actividad de un sujeto social es tanto simbólica como cognitiva. Pero aquí tendría que verse cómo el estudio de las representaciones sociales analiza en todas sus facetas este proceso de construcción de la realidad.

5- Al decir que la representación tiene un carácter creativo y autónomo, no sólo nos situamos respecto al objeto. El juego del simbolismo social se impone al sujeto, el cual a su vez la manipula con fines de expresión. Incluso en representaciones muy elementales tiene lugar un proceso de elaboración cognitiva y simbólica que orientará los comportamientos. La noción de representación constituye una innovación en relación con los otros modelos psicológicos, ya que relaciona los procesos simbólicos con las conductas. A partir de ahí se puede sentir que las representaciones que circulan en la sociedad desempeñarán un papel, adquirirán autonomía y tendrán una eficacia específica.

Así, Moscovici señala que las "representaciones" son campos conceptuales o sistemas de nociones y de imágenes que sirven para construir la realidad, a la vez que determinan el comportamiento de los sujetos. Se trata por tanto, de *representaciones operativas*, ya que operan en la vida social -en el plano intelectual o práctico- como realidades preformadas, como marcos de interpretación de lo real y de orientación para la acción. Así entendidas, las representaciones sociales pueden alcanzar en los individuos diversos grados de elaboración, que pueden ir, de una simple imagen mental, a todo un sistema de relaciones figurativas y/o conceptuales, pasando por un grado intermedio que sería el de la "representación referencial" (en el sentido de que abarca las diversas facetas de un referente, "remitiendo a otras imágenes connotativas"). Cabe añadir todavía que son tres las fuentes principales o "lugares de determinación social" de las representaciones: la experiencia vivida, las matrices culturales y las ideologías (entendidas aquí como el conjunto de "discursos circulantes" en una determinada época y en un determinado lugar).

Nos interesa entre otras cosas establecer en este trabajo ¿Cómo se estructura la representación?. En primer lugar, en términos de un *principio de diferenciación*. Se trata de un proceso lógico primordial en virtud del cual los individuos y los grupos humanos se auto-identifican siempre y en primer lugar por la afirmación de su diferencia con respecto a otros individuos y otros grupos. El proceso de auto-identificación consiste fundamentalmente en un proceso de toma de conciencia de las "diferencias". Estas diferencias tienden a presentarse en forma de contraposiciones binarias que se reflejan directamente en el lenguaje y en el sistema simbólico propio del grupo o de los individuos inmersos en el grupo. Ahora bien, en conformidad con lo dicho sobre el carácter operativo de las representaciones, tales diferenciaciones lingüísticas y simbólicas no constituyen un mero expediente clasificatorio, sino que van asociados a múltiples reglas de comportamiento, códigos y roles sociales que contradistinguen las relaciones tanto en el interior del grupo como hacia afuera, con respecto a los "otros", los extraños, los extranjeros, los enemigos... Esto por supuesto, incide en el componente identidad, mismo que deseamos destacar en esta investigación.

Podríamos de esta manera entender que las representaciones, en un sentido general, son imágenes mentales evocadas cognitivamente, a partir de creencias, referentes, reglas, códigos, comportamientos, roles, rasgos y valores compartidos y reconocidos por los miembros de un grupo o de una sociedad. Por tanto, la identidad es una representación y la impresión que nos formamos de otra persona es el resultado de la elaboración de estructuras definidas a través de una representación social de la persona. Recordemos que la búsqueda de identidad implica reconocer la propia identidad (individual) y al mismo tiempo reconocer al otro a partir de sus diferencias.

Cabe agregar que las características de la representación social fundamentalmente son:

- siempre es la representación de un objeto;
- tiene un carácter de imagen y la propiedad de poder intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto;
- tiene un carácter simbólico y significativo;
- tiene un carácter constructivo;
- tiene un carácter autónomo y creativo.

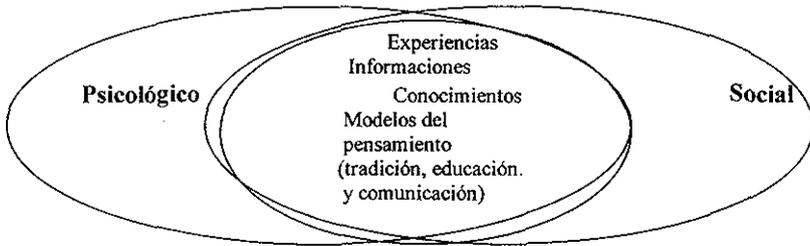
Cabe añadir que, la existencia del doble sistema de las representaciones permite entender una de las características esenciales de la representación social que podría aparecer como contradictoria: son a la vez estables y móviles, rígidas y flexibles. Estables y rígidas porque están determinadas por un núcleo central profundamente anclado en el sistema de valores compartidos por los miembros del grupo; móviles y flexibles porque son alimentadas de las experiencias individuales e integran los datos de lo vivido y de la situación específica, la evolución de las relaciones y de las prácticas sociales en las que los individuos o los grupos están inscritos.

Una segunda característica esencial de las representaciones sociales es que esas representaciones sociales son alcanzadas por consenso y a la vez marcadas por fuertes diferencias interindividuales. Cabe advertir que el estudio de las representaciones sociales debe, por tanto, tener en cuenta las diferencias interindividuales pero también permitir descubrir si esas diferencias son esenciales; es decir, si se sustentan sobre divergencias fundamentales relativas a su significación profunda y central o si se manifiestan aprehensiones del mundo desde luego diferentes pero que no se refieren a lo esencial. Para Flament, la homogeneidad de una población no se define por consenso, pero sí por el hecho de que su representación se organiza alrededor del mismo núcleo central, y del principio generador, de la significación que otorgan a la situación o al objeto al que están confrontados.

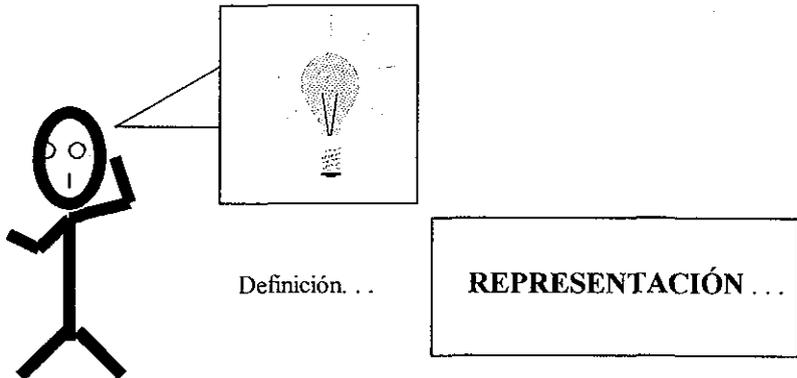
De manera gráfica podríamos resumir lo antes dicho mediante el siguiente esquema:

NOCIÓN DE REPRESENTACIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS

INTERSECCIÓN



CONOCIMIENTO: SOCIALMENTE ELABORADO Y COMPARTIDO



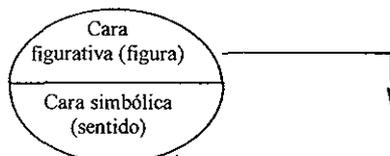
“ TODA REPRESENTACIÓN SOCIAL ES REPRESENTACIÓN DE ALGO O DE ALGUIEN “
EL ACTO DE REPRESENTACIÓN ES UN ACTO DEL PENSAMIENTO ENTRE S ↔ O

ASÍ, SE DA LA CONSTRUCCIÓN COMUNICATIVA

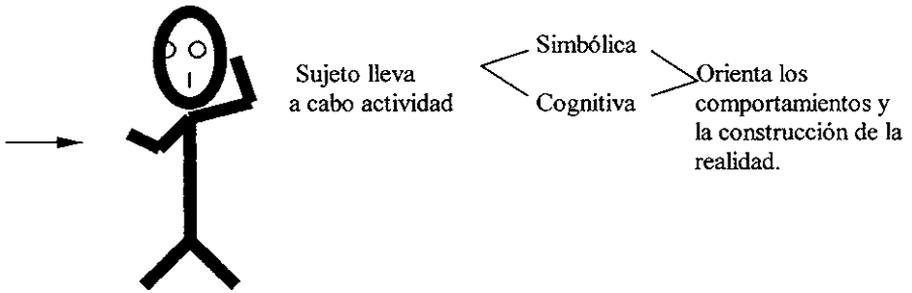
AUTÓNOMA / INDIVIDUAL

COLECTIVA

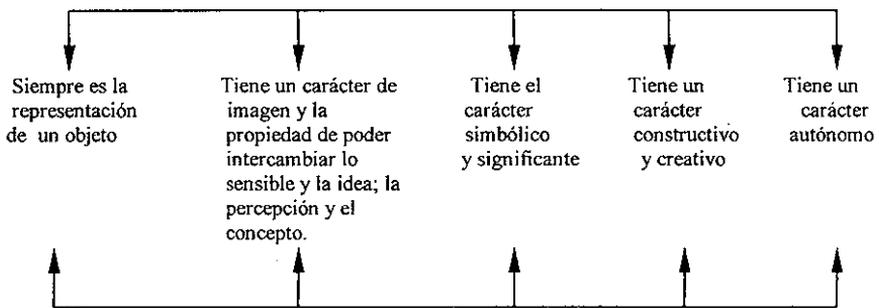
LA ESTRUCTURA DE CADA REPRESENTACIÓN



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



DE LO ANTERIOR SE DESPRENDEN 5 CARACTERÍSTICAS DE REPRESENTACIÓN:



1.4 Los procesos de la representación: la objetivación y el anclaje

Después de haber establecido algunas de las nociones sobre lo qué es una representación y cuáles son sus características, ahora en este apartado describiremos cuáles son los procesos de la representación: la objetivación y el anclaje, en tanto éstos son las formas mediante las cuales permiten incorporar e incorporarse al mundo, respectivamente.

De esta manera, al estudiar cómo penetra en la sociedad una ciencia, S. Moscovici puso de manifiesto dos procesos principales que explican cómo lo social transforma un conocimiento en representación y cómo esta representación transforma lo social.

Estos dos procesos, la *objetivación* y el *anclaje*, se refieren a la elaboración y al funcionamiento de una representación social, dado que muestran la interdependencia entre la actividad psicológica y sus condiciones sociales de ejercicio. Diversos autores (R. Kaes, 1968; C. Herzlich, 1972; P. Roqueplo, 1974; M. Gilly, 1980; U. Windish, 1982) han presentado estos procesos, subrayando su pertinencia para el análisis de las representaciones y de los fenómenos socio-cognitivos. Además numerosas investigaciones han demostrado su alcance.

Su interés trasciende el hecho de que tenga un carácter de generalidad. La naturaleza del trabajo psicológico y social que ponen de manifiesto, las implicaciones que conllevan sus diversas modalidades los sitúan, junto con las *representaciones sociales*, en la base de toda una *serie de operaciones mentales* que explican el funcionamiento general del pensamiento social. Asimismo esclarecen una importante propiedad del saber: la integración de la novedad que aparece como una función básica de la representación social.

Retomando la objetivación, en este proceso, la intervención de lo social se traduce en *el agenciamiento y la forma* de los conocimientos relativos al de una representación, articulándose con una característica del pensamiento social, la capacidad de hacer concreto lo abstracto, de materializar la palabra. De esta forma, la objetivación puede definirse como una operación formadora de imagen y estructurante.

1/ *El proceso de la objetivación.*- La representación permite intercambiar percepción y concepto. Al poner en imágenes las nociones abstractas, da una textura material a las ideas, hace corresponder cosas con palabras, da cuerpo a esquemas conceptuales. Moscovici dice que: objetivar es reabsorber un exceso de significados materializándolos.

La objetivación implica varias fases:

a) Selección y descontextualización de los elementos de la teoría. Las informaciones que circulan sobre el psicoanálisis serán objeto de una selección en

función de criterios culturales (todos los grupos no tienen un igual acceso a las informaciones) y, sobre todo, en función de criterios normativos (tan sólo se retiene aquello que concuerda con el sistema ambiente de valores: las prohibiciones referentes a la sexualidad ocultan los elementos de la teoría relacionados con ella).

b) Formación de un "núcleo figurativo": Una estructura de imagen reproducirá de manera visible una estructura conceptual. Las nociones claves que configuran dimensiones existenciales, el "consciente" (que evoca la voluntad, lo aparente, lo realizable) y el "inconsciente" (que evoca lo involuntario, lo oculto, lo posible) son visualizados en el núcleo a través de su posición por encima y por debajo de una línea de tensión en la que se encarnan el conflicto, la contradicción en forma de presión represiva, el "rechazo" que da lugar al "complejo". De esta forma, los conceptos teóricos se constituyen en un conjunto gráfico y coherente que permite comprenderlos de forma individual y en sus relaciones. Pero asimismo permite transformar el aparato psíquico en una visión compatible con otras teorías o visiones del hombre.

c) Naturalización: el modelo figurativo permitirá concretar, al coordinarlos, cada uno de los elementos que se transforman en seres de naturaleza: "el inconsciente es inquieto", "los complejos son agresivos", "las partes conscientes e inconscientes del individuo se hallan en conflicto". Las figuras, elementos del pensamiento, se convierten en elementos de la realidad, referentes para el concepto. El modelo figurativo utilizado como si realmente demarcara fenómenos, adquiere un status de evidencia: una vez considerado como adquirido, integra los elementos de la ciencia en una realidad de sentido común.

2/ Implicaciones del paradigma de la objetivación.- El modelo de la objetivación en su triple carácter de: *construcción selectiva / esquematización estructurante / naturalización*, resulta tener una gran importancia. Por una parte, se le puede generalizar a toda representación. El propio Roqueplo demostró de forma magistral que la vulgarización científica sigue, en tanto que proceso, las mismas fases que la objetivación. Por la otra, implica importantes prolongaciones desde el punto de vista de la lógica y del funcionamiento del pensamiento social.

a) Este modelo revela la tendencia del pensamiento social a proceder por medio de construcción "estilizada", gráfica y significativa. Así, C. Herzlich (1969) vuelve a encontrar un proceso similar acerca de las concepciones de la salud y la enfermedad, construidas independientemente de los conocimientos médicos. Un esquema bipolar articula en oposición dos parejas, "individuo / salud" y "sociedad / enfermedad". Este esquema interviene en forma de núcleo figurativo para organizar las representaciones del origen de la enfermedad, de los estados y conductas de la enfermedad.

Al analizar la lógica natural que interviene en las actividades discursivas, J. B. Grize¹⁶ (1974) corrobora este proceso por medio de la noción de "esquemización". Una persona que se dirige a otra utiliza los signos de la lengua para "darle a ver" su representación en una "esquemización" compuesta por imágenes. Esta es construida en función de los objetivos perseguidos en la comunicación. Esta subordinación de la esquematización a una finalidad social nos conduce a otra importante implicación del proceso de objetivación.

b) Éste aparece, con la evicción de la libido en el caso del psicoanálisis, como una construcción selectiva subordinada a un valor social. Un juego de enmascaramiento y de acentuación de los elementos que constituyen el objeto de la representación produce una visión de este objeto marcada por una distorsión significativa. Dicho fenómeno está emparentado con lo que Piaget (1976) definió como "pensamiento socio-céntrico", por oposición al pensamiento técnico y científico: un conocimiento elaborado para servir a las necesidades, valores e intereses del grupo.¹⁷

Si se pasa de la sociedad general a grupos y situaciones socialmente definidos, el modelo de construcción o de reconstrucción de la realidad permite comprender la génesis de los contenidos representativos. La intervención de lo social como determinación interna de las operaciones de construcción de la representación puede especificarse derivando los procesos cognitivos movilizados por las condiciones normativas o de vital interés para la colectividad o el individuo.

c) Como ya hemos visto, la aparición del consciente y del inconsciente en tanto que términos del núcleo figurativo se debe a su resonancia existencial. Estos se hacen eco de una experiencia conflictiva íntima, en la que no están ausentes ni la dimensión imaginaria ni la dimensión mítica, con la imagen de una lucha entre "potencias" o "fuerzas antagónicas". De esta manera, ciertos elementos del fondo cultural presente en el universo mental de los individuos y los grupos pueden ser movilizados en la actividad de estructuración y destacar a título de referentes ideológicos o modelos culturales. Los estudios sobre las representaciones sociales del grupo han puesto de manifiesto de manera particular este proceso. Así, R. Kaes (1976) muestra que las representaciones sociales de grupos reales, grupos corporativos o grupos de diagnóstico, se estructuran en gran parte en torno a "organizadores socio-culturales".

Un núcleo bipolar hace que coexistan relaciones que obedecen a un modelo funcional que las relaciona con las exigencias de una producción colectiva y relacional que obedecen a un modelo igualitario y fraternal proveniente de la ideología política revolucionaria.

d) Por último, no es necesario demostrar la generalidad de la naturalización ni su importancia en contextos sociales reales. Ya se trate de relaciones étnicas,

¹⁶ Consultar GRIZE, Jean-Blaise, *Logique et langage*. Ed. Ophrys, París, 1990

¹⁷ Véase PIAGET, Jean, *Seis Estudios de Psicología*. Ed. Labor, 4ª. ed., Colombia, 1995

interraciales o intergrupales, o bien de juicios sociales, no faltan los ejemplos en que la imagen, la palabra, bastan para inmovilizar al otro en un status de naturaleza. Esto es lo que produce la "biologización" de lo social cuando transforma diferenciaciones sociales en diferencias de ser.

La estabilidad del núcleo figurativo, la materialización y la espacialización de sus elementos les confieren el status de marco e instrumento para orientar las percepciones y los juicios en una realidad construida de forma social. Y otorga sus herramientas al anclaje, segundo proceso de la representación.

Este segundo proceso se refiere al enraizamiento social de la representación y su objeto. En este caso, la intervención de lo social se traduce en el *significado* y la *utilidad* que les son conferidos. Al menos así son los dos aspectos que han retenido con mayor frecuencia la atención, debido a la función social de la representación que llevan aparejada.

Sin embargo, el anclaje implica otro aspecto, cuya gran importancia ha sido puesta de manifiesto por las recientes investigaciones en el campo de las representaciones y de los procesos cognitivos. Este aspecto se refiere a la *integración cognitiva* del objeto representado dentro del sistema de pensamiento preexistente y a las transformaciones derivadas de este sistema, tanto de una parte como de otra. Ya no se trata, como en el caso de la objetivación, de la constitución formal de un conocimiento, sino de su inserción orgánica dentro de un pensamiento constituido.

El proceso de anclaje, situado en una relación dialéctica con la objetivación, articula las tres funciones básicas de la representación: función cognitiva de integración de la novedad, función de interpretación de la realidad y función de orientación de las conductas y las relaciones sociales.

Serge Moscovici expresa que el proceso de anclaje se descompone en varias modalidades que permiten comprender: 1/ cómo se confiere el significado al objeto representado; 2/ cómo se utiliza la representación en tanto que sistema de interpretación del mundo social, marco e instrumento de conducta; 3/ cómo se opera su integración dentro de un sistema de recepción y la conversión de los elementos de este último relacionados con la representación.

1/ *El anclaje como asignación de sentido.*- La jerarquía de valores que se impone en la sociedad y sus diferentes grupos contribuye a crear, alrededor del psicoanálisis y su representación, una "red de significados" a través de la cual son situadas socialmente y evaluadas como hecho social.

Dependerá del sistema de valores al que se adhiere el grupo, que éste exprese sus contornos y su identidad a través del sentido que confiere a su representación. Este aspecto del proceso de anclaje resulta importante desde el punto de vista del análisis teórico de una representación. Al poner de manifiesto un "principio de significado", provisto de apoyo social, se asegura la

interdependencia de los elementos de una representación y constituye una indicación fecunda para tratar las relaciones existentes entre los contenidos de un campo de representación. Esta demostración permite aislar una de las articulaciones entre el aspecto procesal y el aspecto temático de las representaciones, y uno de los puntos de encuentro entre sus aspectos individual y social.

Para numerosos investigadores, este enraizamiento de la representación en la vida de los grupos constituye un rasgo esencial del fenómeno representativo, ya que explica sus lazos con una cultura o una sociedad determinadas.

2/ El anclaje como instrumentalización del saber.- Esta modalidad permite comprender cómo los elementos de la representación no sólo expresan relaciones sociales, sino que también contribuyen a constituir las. En el caso del psicoanálisis, esta modalidad transforma la ciencia en saber útil para todos, confiriéndole un valor funcional en la comprensión e interpretación de nosotros mismos y de aquellos que nos rodean.

Este proceso tiene lugar inmediatamente después de la objetivación. La estructura gráfica se convierte en guía de lectura y, a través de una "generalización funcional". El sistema de interpretación tiene una función de mediación entre el individuo y su medio, así como entre los miembros de un mismo grupo. Capaz de resolver y expresar problemas comunes, transformando en código, en lenguaje común, este sistema servirá para clasificar a los individuos y los acontecimientos, para construir tipos respecto a los cuales se evaluará o clasificará a los otros individuos y a los otros grupos. Se convierte en instrumento de referencia que permite comunicar en el mismo lenguaje y, por consiguiente, influenciar.

3/ Anclaje y objetivación.- Existe una relación entre la cristalización de una representación en torno a un núcleo figurativo, por una parte, y un sistema de interpretación de la realidad y de orientación de los comportamientos, por otra.

El enfoque de las representaciones sociales en el marco experimental ha demostrado ampliamente el lazo que existe entre el sistema de interpretación que éstas proporcionan y las conductas que guían. Abrieu (1976), ha dilucidado en particular los mecanismos que, desde este punto de vista, resultan del juego entre la objetivación y el anclaje en situaciones experimentales en las que se hace que los sujetos se comporten de manera cooperativa o competitiva según las representaciones inducidas por el experimentador.

La situación experimental a la que se enfrenta un sujeto moviliza un trabajo de apropiación cognitiva que permite comprenderla, anticipar lo que se producirá, preparar la interacción con el compañero y dar sentido al propio comportamiento. Todas las interpretaciones se organizan en función del núcleo central de la representación de la situación experimental. Este núcleo depende del objeto

representado, de la relación que el sujeto mantiene con él y de la finalidad de la situación.

En los discursos o las respuestas que dan acceso a las representaciones, intervienen efectivamente como organizadores del contenido y como operadores de sentido: con ellos lo que se alcanza es un pensamiento en actos, en tanto que hacen inteligible su funcionamiento. Por otra parte, son proporcionados por el lenguaje y funcionan como un lenguaje que sirve para codificar la realidad.

Cabe señalar que las tendencias más recientes de las investigaciones sobre la cognición, las imágenes y la epistemología ingenua convergen en afirmar la existencia, dentro del pensamiento, de dichas estructuras y de dichas imágenes. Para superar las insuficiencias de las teorías inspiradas por el conductismo, cada vez resulta más necesario hacer intervenir las representaciones como "teorías implícitas" que dan cuenta de operaciones de pensamiento en la interacción cotidiana con el mundo y, sobre todo, en la integración de la novedad: las representaciones desempeñarían el papel de sistemas generadores.

4/ El anclaje como enraizamiento en el sistema de pensamiento.- La representación se inscribe en algo que ya había sido pensado, de manera latente o manifiesta. Los divulgadores científicos ya saben algo de ello, pues en ocasiones se topan con la inercia o la resistencia de esquemas, de sistemas de recepción que impiden la asimilación de nuevos conocimientos. Moscovici ha explorado las consecuencias de dicha fricción, mostrando cómo la divulgación del psicoanálisis era considerada una amenaza en la medida en que ponía en peligro el sistema de normas y de conocimiento de la colectividad.

El contacto entre la novedad y el sistema de representación preexistente se halla en el origen de dos órdenes de fenómenos, opuestos de cierta manera, que dan a las representaciones una dualidad en ocasiones sorprendente. Esta dualidad consiste en ser tanto innovadoras como rígidas, tanto movientes como permanentes, y en ocasiones, en el seno de un mismo sistema.

De esta forma, la objetivación es el proceso de las representaciones que permite intercambiar percepciones y conceptos con los otros, y el anclaje es el proceso de las representaciones que posibilita la integración cognitiva del objeto representado del sistema de pensamiento preexistente y las transformaciones derivadas de este sistema. Estos procesos son además los que coadyuvan a entender lo extraño como familiar y lo invisible como perceptible, a continuación expondremos cuáles y en qué consisten estas funciones.

1.5 Las funciones de las representaciones sociales

En términos generales las funciones de las representaciones sociales posibilitan que lo extraño nos parezca familiar, por una parte y por la otra, que lo invisible aparezca como algo perceptible. De esta manera, las representaciones sociales desempeñan un papel fundamental en las prácticas y en la dinámica de las relaciones sociales, porque responden a cuatro funciones esenciales: funciones de saber, identitarias, de orientación y justificadoras, mismas que explicaremos a continuación.

La función de saber permite entender y explicar la realidad. Esto es, el saber práctico de sentido común (como lo denomina Moscovici), permite a los actores sociales adquirir conocimientos e integrarlos en un marco asimilable y comprensible para ellos, en coherencia con su funcionamiento cognitivo y con los valores a los que se adhieren. Y por otro lado facilita, como condición necesaria la comunicación social. Define el marco de referencia común que permite el intercambio social, la transmisión y la difusión de ese saber "ingenuo".

Las funciones identitarias: definen la identidad y permiten la salvaguarda de la especificidad de los grupos. Además de la función cognitiva de entender y explicar, "las representaciones tienen también por función situar a los individuos y a los grupos en el campo social... permiten elaborar una identidad social y personal gratificante; es decir, compatible con los sistemas de normas y valores social e históricamente determinados".¹⁸

De esta manera, la representación de su propio grupo es siempre marcada por una sobrevaluación de algunas de sus características o de sus producciones, cuyo objetivo es salvaguardar una imagen positiva de su grupo de pertenencia.

Las funciones de orientación: conducen los comportamientos y las prácticas. El sistema de precodificación de la realidad que constituye la representación social es una guía para la acción. Este proceso de orientación de las conductas por las representaciones resulta de tres factores esenciales:

- 1) La representación interviene directamente en la *definición de la finalidad de la situación*, determinando así el tipo de relaciones pertinentes para el sujeto pero también eventualmente, en una situación en que una tarea es por efectuar, el tipo de gestión cognitiva que se adoptará. En este sentido, Codol puso en evidencia cómo otros elementos de la representación de la situación (representación de sí, representación de su grupo o del otro grupo) desempeñan un papel similar en la determinación del comportamiento.

¹⁸ MUGNY, G. y CARUGATI, F., *L'intelligence au pluriel: les représentations sociales de l'intelligence et de son développement*. Cousset, DelVal, 1985, p. 183

- 2) La representación produce igualmente *un sistema de anticipaciones y expectativas*. De esta forma, una acción sobre la realidad es: selección y filtro de las informaciones, interpretaciones con objeto de volver esa realidad conforme a la representación.
- 3) La representación es *prescriptiva* de comportamientos o prácticas obligadas, es decir, define lo lícito, tolerable o inaceptable en un contexto social dado.

Las funciones justificadoras: permiten justificar a posteriori las posturas y los comportamientos. Con la revisión de las funciones observamos cómo ante la acción las representaciones desempeñan un papel esencial. Pero intervienen también luego de la acción, y de esta manera permiten a los actores explicar y justificar sus conductas en una situación o en consideración a sus colegas. Por ello un nuevo papel de las representaciones es la persistencia o refuerzo de la posición social del grupo involucrado. La representación tiene por función perpetuar y justificar la diferenciación social, puede como en el caso de los estereotipos pretender la discriminación o mantener una distancia social entre los grupos respectivos.

El contacto entre la novedad y el sistema de representación preexistente se halla en el origen de dos órdenes de fenómenos, opuestos de cierta manera, que dan a las representaciones una dualidad en ocasiones sorprendente. Esta dualidad consiste en ser tanto innovadoras como rígidas, tanto movientes como permanentes, y en ocasiones, en el seno de un mismo sistema.

a) De cierta manera, la incorporación social de la novedad puede ser estimulada por el carácter creador y autónomo de la representación social. Moscovici habla de “conversiones” de experiencias, de percepciones que conducirán a una nueva visión. Los conceptos analíticos operarán en tanto que categorías de lenguaje, introduciendo otro orden en el entorno y transformándose en instrumentos naturales de comprensión que hacen caducos a los otros. Las necesidades de la colectividad que la integran hacen de ella un instrumento que producirá sus efectos al convertir los marcos habituales de representación de la realidad y al cambiar el contenido de nuestras experiencias y de nuestras percepciones.

De esta forma, el cambio cultural puede incidir sobre los modelos de pensamiento y de conducta que modifican de manera profunda las experiencias por mediación de las representaciones.¹⁹

b) Desde otra perspectiva, la “familiarización de lo extraño”, junto al anclaje, hará prevalecer los antiguos marcos de pensamiento, alineándolo en lo ya conocido (S. Moscovici, 1981). Esta modalidad de pensamiento, caracterizada por

¹⁹ Ver capítulo 4, apartado 4.3 El papel de los medios de comunicación en la vida cotidiana y en el sistema de representaciones

la memoria y el predominio de posiciones establecidas, subsuma y pone en práctica mecanismos generales como la clasificación, la categorización, el etiquetaje, la denominación y procedimientos de explicación que obedecen a una lógica específica. Comprender algo nuevo es hacerlo propio y también explicarlo. El sistema de representación proporciona los marcos, las señales a través de las que el anclaje clasificará dentro de lo familiar y explicará de una forma familiar.

Hacer propio algo nuevo es aproximarlo a lo que ya conocemos, calificándolo con las palabras de nuestro lenguaje. Pero nombrar, comparar, asimilar o clasificar supone un juicio que revela algo de la teoría que uno se hace del objeto clasificado. En la base de toda categorización, un sustrato representativo sirve de presuposición. El sistema de clasificación presupone una base de representación compartida colectivamente, referente a lo que debe incluirse en una clase determinada. Las propias categorías son establecidas socialmente. El anclaje garantiza la relación entre la función cognitiva básica de la representación y su función social. Además, proporcionará a la objetivación sus elementos gráficos, en forma de preconstrucciones, a fin de elaborar nuevas representaciones.

Comprender es también explicar. La búsqueda de causalidad es un importante aspecto lógico del pensamiento social. Ante un nuevo acontecimiento o un nuevo objeto sobre el que no disponemos de conocimiento alguno, explicar mediante una causalidad es una manera de representárselo. Pero esta explicación no se hace únicamente con base a las informaciones y observaciones de que disponemos: no procedemos tan sólo por inferencia, sino también por deducción.

Por esta razón Serge Moscovici (1982, 1983) hace que coexistan, dentro de la manera de pensar la realidad cotidiana, dos tipos de causalidad: la causalidad por atribución, eficiente, atribución de una causa a un efecto, como en el procedimiento científico, y la causalidad por imputación, que busca las intenciones que hay detrás de los actos, el por qué de su finalidad. Es este último tipo de causalidad el que es movilizado cuando un acto concuerda con las representaciones de quien lo observa. En el pensamiento social a menudo se produce un deslizamiento de un tipo de causalidad al otro y una transformación de la intención en causa o una transformación de la causa en intención.

Diversos trabajos muestran que, por una parte, existen explicaciones diferentes según los grupos sociales y que, por la otra, la explicación a través de una causalidad personal es específica de las opciones ideológicas propias de ciertos grupos (U. Windisch, 1982) o depende de la representación que se tiene de la sociedad y del hombre.

De esta manera en resumen la organización y estructura de las representaciones se da a partir de su contenido y de su estructura, veamos. La representación es constituida por un conjunto de informaciones, de creencias, de opiniones y de actitudes a propósito de un objeto dado. Además este conjunto de

elementos es organizado y estructurado. "El análisis de una representación y la comprensión de su funcionamiento necesitan así obligatoriamente una doble identificación: la de su contenido y la de su estructura. Es decir, los elementos constitutivos de una representación son jerarquizados, asignados de una ponderación y mantienen entre ellos relaciones que determinan la significación, y el lugar que ocupan en el sistema representacional".²⁰

De esta forma, todo los autores después de Serge Moscovici están de acuerdo con esta definición de la representación como conjunto organizado, pero es Abric, quien avanza respecto a la organización interna de la representación (La hipótesis llamada del núcleo central). Para Jean-Claude Abric la organización de una representación presenta una modalidad particular, específica: no únicamente los elementos de la representación son jerarquizados sino además toda representación está organizada alrededor de un núcleo central, constituido por uno o varios elementos que dan su significación a la representación.

Después de haber revisado las funciones en general y en específico de las representaciones sociales, en el siguiente apartado veremos cómo es su organización interna, esto es, a partir de la generación y la organización.

1.6 La organización interna de las representaciones

La teoría del núcleo central -Jean Claude Abric- nos permite entender la organización interna de las representaciones a partir de la generación y la organización. La idea de centralidad la encontramos en textos de F. Heider, y esta idea significa que las personas tienen tendencia a atribuir los eventos que sobrevienen en su entorno a núcleos unitarios, condicionados de forma interna, y que son, de algún modo, los centros de la textura causal del mundo. Cuando un individuo percibe su entorno social, se esforzará por dar un sentido a la diversidad de estímulos inmediatos. Esta operación con el objeto de encontrar un sentido se operará mediante una focalización sobre esos núcleos unitarios de los que acabamos de referirnos.

Dentro de los trabajos de Asch (1946) nos revelan de algún modo el cómo se constituye la representación, la imagen que nos hacemos del otro a partir de un conjunto de informaciones, lo cual obedece a la naturaleza de la percepción. Asimismo, la jerarquía entre los elementos produce y favorece la centralidad de uno entre ellos. Y la simple transformación de este elemento central ocasiona un campo radical de la impresión.

La idea de núcleo central, como la de centralidad está presente en trabajos de psicología social y también se encuentra en el trabajo de Moscovici (1961) sobre el psicoanálisis y la génesis de las representaciones. Así, para Moscovici, el

²⁰ ABRIC, Jean-Claude, op. cit., p. 18

paso del concepto "psicoanálisis" a su representación social se efectúa a través de operaciones, de etapas sucesivas. La primera fase de la elaboración de esta representación consistirá para los individuos involucrados en retener de manera selectiva una parte de la información que circula en la sociedad a propósito del psicoanálisis, para desembocar en un arreglo particular de conocimientos respecto a este objeto. Este proceso es denominado *objetivación*. Mismo que permitirá pasar de la teoría científica a un "modelo figurativo", o núcleo figurativo, esquematización de la teoría que se sustenta sobre la selección de algunos elementos concretos. Además de que son clasificados y seleccionados, los elementos del núcleo son igualmente "descontextualizados", esto es disociado del contexto que los produjo, adquiriendo autonomía mayor, que aumenta su posibilidad de utilización para el individuo. Luego el núcleo es simple, concreto, gráfico y coherente, corresponde igualmente al sistema de valores al cual se refiere el individuo, es decir, que lleva la marca de la cultura y de las normas del entorno social.

Toma para el sujeto el status de evidencia. Para él es la realidad misma. Constituye el fundamento *estable* alrededor del cual se construirá el conjunto de la representación. Él proporcionará el marco de categorización e interpretación de las nuevas informaciones que llegan al sujeto, volviéndose así, para Moscoviçi "contenido activo sirviendo para conducir la conducta y dar un sentido a los hechos". Los otros elementos de la representación serán retenidos, categorizados e interpretados en función de la naturaleza del núcleo figurativo.

Cabe resaltar que la teoría del núcleo central retoma gran parte del análisis de Serge Moscoviçi. Pero esto es enriquecido por Abric, que piensa que el núcleo central es el elemento esencial de toda representación constituida y que puede, de algún modo, ir más allá del simple marco de objeto de la representación para encontrar directamente su origen en valores que lo superan, y que no necesitan aspectos figurativos, esquematización, ni concreción. Veamos cómo Jean-Claude Abric nos propone su teoría del núcleo central.

Para Abric toda representación está organizada alrededor de un núcleo central. Siendo éste el elemento fundamental de la representación en tanto que al mismo tiempo determina la significación y la organización de la representación. De tal manera que el núcleo central o núcleo estructurante de una representación garantiza dos funciones esenciales.

1) Una función generadora: es elemento mediante el cual se crea, se transforma, la significación de los otros elementos constitutivos de la representación. Es por su conducto que estos elementos toman un sentido, un valor.

2) Una función organizadora: es el núcleo central quien determina la naturaleza de los lazos que unen, entre ellos los elementos de la representación. Es, en este sentido, el elemento unificador y estabilizador de la representación.

Por otra parte tiene una propiedad. Constituye el elemento más estable de la representación, el que garantiza la perennidad en contextos movibles y

evolutivos. Será en la representación el elemento que más resistirá al cambio. Cualquier modificación del núcleo central ocasiona una transformación completa de la representación. Para que dos representaciones sean diferentes, deben estar organizadas alrededor de dos núcleos centrales distintos. Así, dos representaciones definidas por un mismo contenido pueden ser radicalmente diferentes si la organización de ese contenido, y luego la centralidad de ciertos elementos, es distinta.

Ahora, con respecto a las dimensiones de la centralidad, la centralidad de un elemento no puede ser llevada exclusivamente a una dimensión cuantitativa. Por el contrario, el núcleo central tiene antes que nada una dimensión cualitativa. Por ejemplo, en los trabajos de Guimelli y Rouquette (1992) se verifica la importancia cuantitativa de algunos lazos que mantiene un elemento con el conjunto de los otros apareciendo como un indicador pertinente de la centralidad. El modelo de los esquemas cognitivos de base que utilizan permite en efecto calcular de cada ítem de la representación la "valencia".

Esta valencia es definida como la propiedad de un ítem de entrar en un mayor o menor número de relaciones de tipo inductivo. En tanto que un elemento central determina la significación de los otros elementos su valor debe ser significativamente más elevado que el de los ítems periféricos. Guimelli, subraya entonces que el análisis de una representación seguramente debe ser estructural.

Este núcleo central está constituido por uno o varios elementos que en la estructura de la representación ocupan una posición privilegiada: son ellos los que dan su significación a la representación. "Es determinado en parte por la naturaleza del objeto representado; por otra parte por la relación que el sujeto -o el grupo- mantiene con dicho objeto, y finalmente por el sistema de valores y normas sociales que constituyen el entorno ideológico del momento y del grupo. Según la naturaleza del objeto y la finalidad de la situación, el núcleo central podrá tener dos dimensiones distintas".²¹

Una dimensión funcional, en situaciones con finalidad operatoria: serán privilegiados en la representación y constituyendo el núcleo central los elementos más importantes para la realización de la tarea. Por ejemplo, trabajos de Ochaine demuestran que en una actividad profesional "imágenes operativas" que conducen el comportamiento del operador son deformadas funcionalmente, y que los elementos sobre valorizados en la representación permiten la eficacia máxima desempeñando un papel determinante en la realización de la tarea.

O una dimensión normativa en todas las situaciones en que intervienen directamente dimensiones socioafectivas, sociales o ideológicas. En este tipo de situaciones, se puede pensar que una norma, un estereotipo, una actitud fuertemente marcada estarán en el centro de la representación.

²¹ ABRIC, Jean-Claude, op. cit., p. 22

Por su parte, para Claude Flament, una de las cuestiones importantes no es tanto estudiar la representación de un objeto como saber primeramente cuál es el objeto de la representación. Asimismo, Flament define dos grandes tipos de representaciones:

- 1) *Las representaciones autónomas*, cuyo principio organizador se sitúa al nivel del objeto mismo. Y autores como Mugny y Carugati demuestran la existencia de un núcleo central que nombran "núcleo duro" constituido por la experiencia vivida de las diferencias de inteligencia entre un individuo y otro.
- 2) *Las representaciones no autónomas*, cuyo núcleo central se sitúa fuera del objeto mismo, en una representación más global en la que el objeto está integrado. Cabe señalar que el estudio de este tipo de representación es mucho más complejo y requiere un análisis particular desarrollado y propuesto por C. Flament, por ahora no abordaremos este punto, lo que nos interesa es ubicar qué son los elementos periféricos de la representación.

Así, las representaciones autónomas dentro del objeto muestran la experiencia vivida y está en función de las diferencias de la inteligencia entre un individuo y otro; mientras que las representaciones no autónomas se sitúan fuera del objeto.

Retomando la idea de centralidad, los elementos periféricos se organizan alrededor del núcleo central, están en relación directa con él, es decir que su presencia, su ponderación, su valor y su función están determinados por el núcleo. Constituyen lo esencial del contenido de la representación, su lado más accesible, pero también lo más vivo y concreto. Abarcan informaciones retenidas, seleccionadas e interpretadas, juicios formulados al respecto del objeto y su entorno, estereotipos y creencias. Estos elementos están jerarquizados, es decir que pueden estar más o menos cercanos a los elementos centrales: próximos al núcleo, desempeñan un papel importante en la concreción del significado de la representación, más distantes de él ilustran, aclaran, justifican esta significación. En efecto, dice Abric: constituyen la interface entre el núcleo central y la situación concreta en la que se elabora o funciona la representación y responden a tres funciones esenciales.

-Función de concreción: directamente dependientes del contexto, resultan del anclaje de la representación en la realidad, y permiten revestirla en términos concretos, comprensibles y transmisibles de inmediato. Integran los elementos de la situación en la que la representación se produce, hablan del presente y de lo vivido del sujeto.

-Función de regulación: más flexibles que los elementos centrales, los elementos periféricos desempeñan un papel esencial en la adaptación de la representación a las evoluciones del contexto. Pueden ser entonces integradas a

la periferia de la representación tal o cual información nueva, tal o cual transformación del entorno.

-*Función de defensa*: el núcleo central de una representación resiste al cambio, puesto que su transformación ocasionaría un trastorno completo. Por tanto el sistema periférico funciona como el sistema de defensa de la representación. Constituye lo que Flament llama su "parachoques". La transformación de una representación se operará así en la mayoría de los casos mediante la transformación de sus elementos periféricos: cambio de ponderación, interpretaciones nuevas, deformaciones funcionales defensivas, integración condicional de elementos contradictorios. Es en el sistema periférico donde las contradicciones podrán aparecer y ser sostenidas.

Flament considera, que los elementos periféricos son *esquemas*, organizados por el núcleo central, garantizando de forma instantánea el funcionamiento de la representación como rejilla de desciframiento de una situación. La importancia de estos esquemas en el funcionamiento de la representación resulta de tres funciones que les asigna.

Lo anterior significa que son primeramente *prescriptores de los comportamientos* de las tomas de posición del sujeto. Indican lo que es normal de hacer o decir en una situación dada, teniendo en cuenta la significación y la finalidad de esta situación. Permiten conducir instantáneamente la acción de los sujetos, sin tener que acudir a las significaciones centrales.

En seguida, permiten una *modulación personalizada* de las representaciones y de las conductas que les están asociadas. Una representación única, organizada alrededor de un núcleo central puede dar lugar a diferencias aparentes, relacionadas con la apropiación individual o con contextos específicos, y que serán traducidos por sistemas periféricos y eventualmente por comportamientos relativamente diferentes; por supuesto a condición de que esas diferencias sean compatibles con un mismo núcleo central.

Finalmente, los esquemas periféricos *protegen* en caso de necesidad, al núcleo central. Flament pone de relieve uno de los procesos que se establecen cuando una representación es atacada de manera importante, es decir, cuando su núcleo central es amenazado. Los esquemas normales directamente asociados al núcleo se transforman en "esquemas extraños", definidos por cuatro componentes: "la evocación de lo normal, la designación del elemento extranjero, la afirmación de una contradicción entre esos dos términos, la propuesta de una racionalización que permita soportar (por un tiempo) la contradicción.

Así, los elementos periféricos de la representación pueden ser vistos como la esencia del contenido y concreción del significado de la representación. Asimismo, las funciones de los elementos periféricos son la concreción, la regulación y la defensa. La concreción como una forma de hablar del presente y de lo vivido por el sujeto; la regulación como una forma de adaptación de la

representación a las evoluciones del contexto; y la defensa como una forma de sostener las transformaciones, cambios y contradicciones.

De esta manera, tenemos que las representaciones pueden ser vistas como un doble sistema, en tanto que, las representaciones sociales y sus componentes: núcleo central, elementos periféricos funcionan como una entidad en la que cada parte tiene un papel específico más complementario de la otra. Y tanto su organización como su funcionamiento son regidos por un doble sistema, sostiene Abric.

-*Un sistema central* (el núcleo central), cuya determinación es esencialmente social, relacionado con las condiciones históricas, sociológicas e ideológicas. Directamente asociados a los valores y normas, define los principios fundamentales alrededor de los cuales se constituyen las representaciones. Es la base común propiamente social y colectiva que define la homogeneidad de un grupo mediante comportamientos individualizados que pueden aparecer como contradictorios. Desempeñan un papel esencial en la estabilidad y la coherencia de la representación, garantiza su perennidad y conservación en el tiempo; se inscribe en la duración y por eso se entiende que evoluciona. Su origen está en otra parte: en el contexto global -histórico, social, ideológico- que define las normas y los valores de los individuos y de los grupos en un sistema social dado.

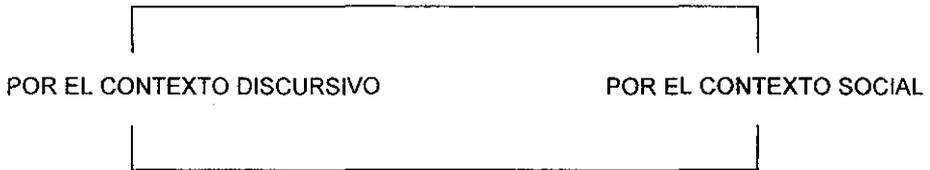
-*Un sistema periférico* cuya determinación es más individualizada y contextualizada, asociado a las características individuales y al contexto inmediato y contingente en que están inmersos los individuos. Este sistema periférico permite una adaptación, una diferenciación en función de lo vivido, una integración de las experiencias cotidianas, permite modulaciones personales en torno a un núcleo central común generando *representaciones sociales individualizadas*. Mucho más flexible que el sistema central, de algún modo lo protege al permitirle que integre informaciones y hasta prácticas diferenciadas. Permite la aceptación en el sistema de representación de una cierta heterogeneidad de contenido y de comportamiento. Este sistema periférico es fundamental en tanto que al asociarse al sistema central le permite anclarse en la realidad. La aportación de Flament al respecto es fundamental, el análisis del sistema periférico (por ejemplo la identificación de los esquemas extraños y de los esquemas condicionales) constituye un elemento esencial en la *identificación de las transformaciones* en curso, puede constituir un fuerte indicador de las mitificaciones futuras de la representación, un síntoma indiscutible de una evolución en las situaciones en que la representación está en proceso de transformación.

A continuación presentamos de manera gráfica lo que en suma resumiría lo que antes hemos dicho:

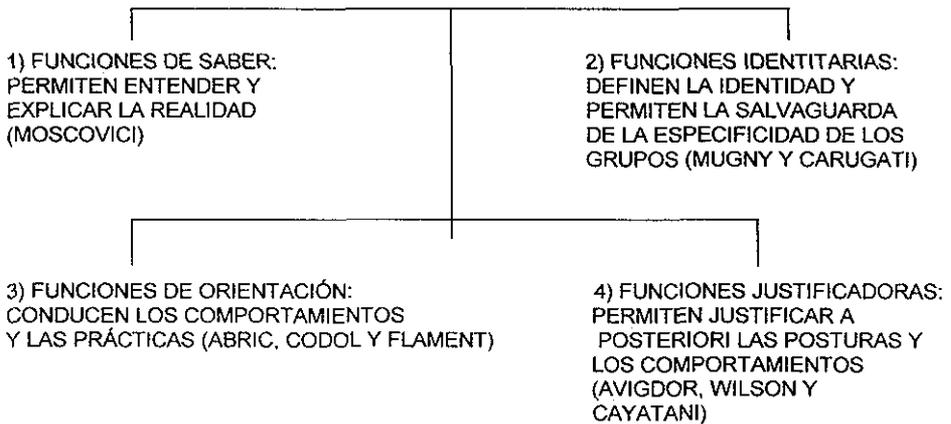
LA TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES



LA REPRESENTACIÓN COMO SISTEMA CONTEXTUALIZADO



FUNCIONES DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES



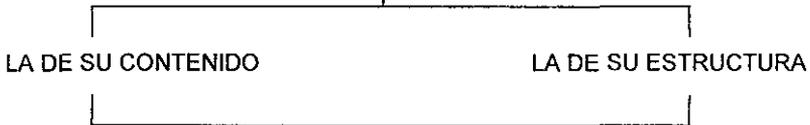
ORGANIZACIÓN DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES

↓

LA REPRESENTACIÓN ES CONSTITUIDA POR UN CONJUNTO DE INFORMACIONES, DE CREENCIAS, DE OPINIONES Y DE ACTIVIDADES A PROPÓSITO DE UN OBJETO DADO.

↓

LA ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE ESTOS ELEMENTOS NECESITA UNA DOBLE IDENTIFICACIÓN.



**LA TEORÍA DEL NÚCLEO CENTRAL
(ABRIC)**

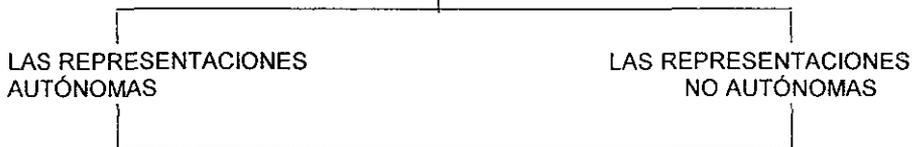
↓

FUNCIONES



↓

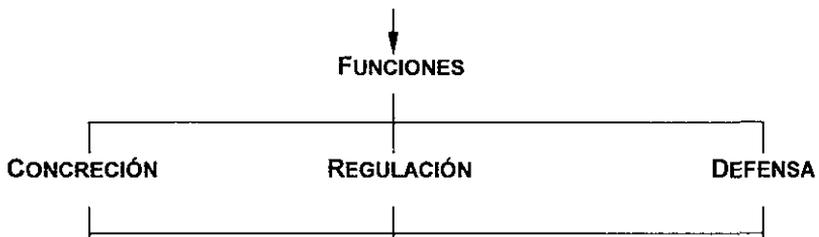
TIPOS DE REPRESENTACIONES (C. FLAMENT)



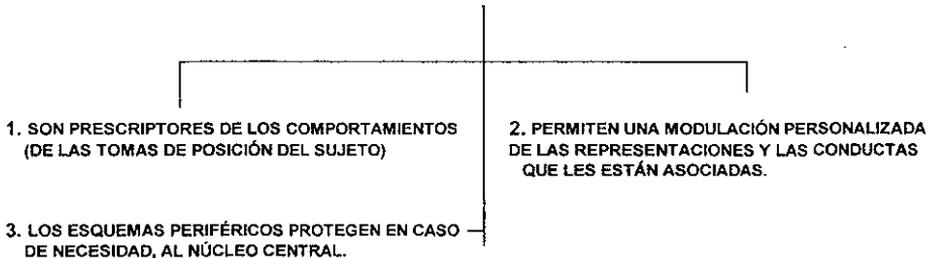
Los elementos periféricos de la representación



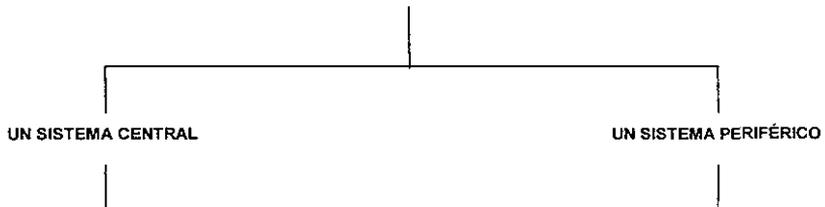
* → elementos periféricos (se organizan alrededor del núcleo central)



La importancia de estos esquemas en el funcionamiento de la representación resalta de tres funciones que les asigna.



LAS REPRESENTACIONES COMO DOBLE SISTEMA



Ahora bien, está demostrado que el comportamiento de los individuos o de los grupos es determinado directamente por los cuatro componentes de su representación de la situación, que toman una importancia relativa según el contexto y la finalidad de la misma. Estos cuatro componentes son: representación de sí, de la tarea, de los otros y del contexto en que actúan y determinan la significación de la situación de los sujetos e inducen por eso los comportamientos, las gestiones cognitivas y el tipo de relaciones interindividuales o intergrupos. Esto es lo que concierne a la función de la representación de la orientación de las conductas y comportamientos. Desde luego esta función es primordial para abordar nuestro objeto de estudio, que en este caso se refiere a la construcción de representaciones y la identidad de AINCCA, S.C.

Asimismo, la función; constitución y refuerzo de la identidad, aquí los trabajos de Mugny y Carugati (1985) estudian la representación social de la inteligencia en algunos grupos sociales en Italia y Suiza, a partir de una metodología de encuesta, demuestran primeramente la existencia de representaciones diferentes en varios grupos estudiados, determinadas por la accesibilidad de estos últimos a la información sobre ese tema (que se traduce en carencias informales más o menos fuertes), por los intereses específicos y las preocupaciones particulares que varían según las inserciones sociales, así como por la experiencia vivida de las diferencias de inteligencia entre los individuos. Esta categoría social está compuesta por individuos que tienen múltiples inserciones sociales, que eventualmente pueden contradecirse. Es el caso de docentes que también son padres, por ejemplo. La identidad de ese grupo puede ser considerada así como multidimensional. El doble estatus de docente / padre es, desde luego, susceptible de generar conflictos identitarios.

Las representaciones sociales de la inteligencia, que son producidas, tienen una doble vocación: "la construcción de un universo mental inteligible y coherente y la elaboración de una identidad social y personal gratificante".²² Así, en esos grupos la elaboración de una representación muy organizada en que la teoría del don desempeña un papel importante "porque ella permite una protección fácil de la identidad personal puesto que esta naturalización declina ampliamente la responsabilidad de los padres y a la vez de los docentes".²³

De esta manera se observa que la representación permite regular los conflictos identitarios relacionados con la doble pertenencia en el sentido en que permite mantener en cualquier caso una identidad personal significativa. Así, también es importantísimo destacar, para fines de esta investigación cómo la representación desempeña un papel esencial en la constitución de una identidad social y cómo se construye en función y para reducir eventuales conflictos identitarios, o en todo caso cuando el objeto de la representación está en relación directa con prácticas importantes para el grupo.

²² MUGNY y CARUGATI, op. cit., p. 183

²³ *Ibidem.*, p. 182

Y con respecto a la cuarta función de las representaciones, la justificación de los comportamientos y de las tomas de posición, es evidente con investigaciones como las de Doise la dimensión competitiva, esto es, la representación facilita y genera comportamientos coercitivos o competitivos respecto del otro grupo. Sobre todo permite al grupo tener la conciencia limpia: la representación negativa del otro grupo justifica el comportamiento hostil adoptado para con él y eso independientemente del comportamiento real del grupo "contrario".

Así, el sistema central o núcleo central es entendido como un determinante social asociado a los valores y normas; y el sistema periférico como un determinante individual y contextual, asociado a las características individuales y al contexto inmediato. Razón esencial por la cual en el siguiente capítulo pretendemos ubicar nuestro objeto de estudio, es decir, describiremos cuáles son las características de AINCCA, S. C. a nivel estructural –recursos humanos-, infraestructural –recursos materiales- y superestructural –filosofía, misión, visión y valores-, así partiremos de un concepto de organización para entender su conformación, sus cambios, su experiencia, las relaciones de trabajo y personales, su cultura, el poder ejercido y la comunicación.

Cabe señalar, que la intención es ir plasmando de manera "vivencial", los puntos de vista y opiniones en torno a AINCCA, S. C. a partir de la postura de sus miembros fundadores e ir intercalando algunas referencias para comprender a las organizaciones en general, aunque nosotros, específicamente aludiremos y nos centraremos focalizadamente en esta organización, de tal modo que se vayan evidenciando de manera contextual las representaciones a propósito de nuestro objeto de estudio. Así, deseamos con esto revelar la representación de sí, del hacer, de los otros y del contexto en que actúan; y con ello ver cuál es la significación de la situación de los actores involucrados al interior y hacia el exterior.

CAPÍTULO 2: UBICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: LA ORGANIZACIÓN AINCCA, S. C.

- 2.1** Concepto de organización y conformación de AINCCA, S. C.
- 2.2** Los servicios ofrecidos por AINCCA, S. C.
- 2.3** Infraestructura y estructura de AINCCA, S. C.
- 2.4** Superestructura de AINCCA, S. C.
- 2.5** Los cambios, la experiencia y lo vivido en AINCCA, S. C.
- 2.6** Las relaciones personales y de trabajo en AINCCA, S. C.
- 2.7** La cultura organizacional de AINCCA, S. C.
- 2.8** El poder en AINCCA, S. C.
- 2.9** La comunicación organizacional en AINCCA, S. C.

CAPÍTULO 2

UBICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: LA ORGANIZACIÓN AINCCA, S. C.

El presente capítulo se inscribe sobre una lógica descriptiva, esto significa que, describiremos cuáles son las características de AINCCA, S. C. a nivel estructural: recursos humanos; infraestructural: recursos materiales; y superestructural: filosofía, misión, visión y valores. Así partiremos de una definición de organización para entender su conformación, sus servicios, sus cambios, su experiencia, las relaciones de trabajo y personales, su cultura, el poder ejercido y la comunicación.

Cabe señalar, que la intención es ir plasmando de manera “vivencial”, los puntos de vista y opiniones en torno a AINCCA, S. C., a partir de la postura de sus miembros fundadores, además de considerar la forma digamos “formal, acordada” y al mismo tiempo ir intercalando algunas referencias para comprender a las organizaciones en general, aunque nosotros, específicamente aludiremos y nos centraremos focalizadamente en esta organización, de tal modo que se vayan evidenciado de manera contextual las representaciones a propósito de nuestro objeto de estudio.

Así, deseamos con esto revelar las representaciones en torno a AINCCA, deseamos aproximarnos a nuestro objeto de estudio, para con ello ir construyendo los elementos que nos den cuenta de la construcción de representaciones e identidad de AINCCA, S. C., así iremos planteando quién es esta organización –en tanto, que en términos generales “representación es la imagen de algo” (ver capítulo anterior), en este caso de AINCCA, S. C- y por esto en algunos apartados nos apoyamos de entrevistas hechas a los miembros fundadores; y recomendamos para mayor detalle ver el anexo 2.

2.1 Concepto de organización y conformación de AINCCA, S. C.

En este apartado pretendemos revisar definiciones de organización, para enmarcar qué tipo de organización es AINCCA, quiénes la conforman, cómo surge, cómo se define y para ello daremos voz a dos de los miembros fundadores de esta organización, que en Acta Constitutiva está establecida como una Sociedad Civil. Esto es para comprender y ubicar el objeto de estudio de este trabajo de investigación. Así, entendemos que una organización no sólo es un conjunto de grupos, sino que les determina y es, a su vez determinada por ellos. Las organizaciones están atravesadas por muchas instituciones, que

determinan verdaderamente aspectos de las interacciones sociales que allí se establecen. Las organizaciones, en un tiempo y en un lugar determinados, materializan el orden social que establecen las instituciones²⁴. Esto significa que las instituciones atraviesan las organizaciones y los grupos.

La organización es un caos ordenado y un equilibrio inestable: expresa las tensiones de los intereses puestos en juego y posicionados a partir de un orden configurado por la estructura de poder; construye representaciones de sí misma como singularización de pluralidades y produce imágenes de su entorno como pluralización de singularidades; nunca está exenta de oposiciones, alianzas, diferencias e indiferencias. Es concatenación de razones, pasiones, memorias, virtualidades, realidades, imaginaciones, acciones, tránsitos, trayectorias, lugares y no lugares.²⁵

Así, la organización aparece como un sistema de expectativas compartidas acerca de lo necesario, lo deseable y lo posible al ámbito del sistema, en el nivel requerido para su operación. En la construcción de significados intervienen factores ambientales, personales, culturales y las definiciones del rol organizacional. La organización implica el uso compartido de símbolos, códigos y convenciones, es decir, la instalación de una cultura que interviene como recurso y como marco de referencia para las acciones individuales.

En resumen, entre toda la gama de estructuraciones posibles de un campo de acción, "la organización constituye, sin duda, la forma más visible y más formalizada; la que, por lo menos parcialmente, se instituye y se controla de una manera consciente".²⁶

Bajo este marco, encontramos que **AINCCA** se define, formalmente, como una organización autogestiva que comprende la importancia de la comunicación en la sociedad contemporánea y que aprovecha sus beneficios para apoyar el crecimiento y el desarrollo humano, material, económico y cultural de las personas, de los grupos y de las instituciones públicas y privadas.

Se caracteriza por ser una entidad de alta productividad basada en: el conocimiento; el compromiso; el trabajo; el esfuerzo; la superación; y la calidad.

²⁴ SCHVARSTEIN, Leonardo, *Psicología Social de las Organizaciones*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1995, p. 33

²⁵ JUÁREZ, Chávez Diego, "Atisbos y abismos para investigar la comunicación organizacional desde una perspectiva ecológico-existencial". En Ensayos de Comunicación Organizacional, Cuadernos de trabajo, No. 1, ENEP-Acatlán, México, 1997, p. 21

²⁶ CROZIER, Michel y FRIEDBERG, Erhard, *El Actor y el Sistema. Las restricciones de la acción colectiva*. Alianza Editorial Mexicana, México, 1990, p. 18. En un primer nivel, toda empresa colectiva se basa en un mínimo de integración de los comportamientos de los individuos o de los grupos, de los actores sociales involucrados, cada uno de los cuales persigue objetivos diversos, incluso contradictorios. Así como lo iremos delineando con las opiniones y puntos de vista de los fundadores de AINCCA, S. C., se muestran varias contradicciones, diferencias, divergencias y paradojas.

AINCCA es una institución que: entiende la importancia del cambio; evalúa las capacidades simbólicas (los principios, los valores, las creencias, las actitudes, la memoria, la educación, la información y los conocimientos) con las que se cuenta para enfrentarlo; define y prepara las condiciones culturales y psicológicas pertinentes para asumirlo en forma integral y cohesionada; supervisa y evalúa la eficiencia y eficacia de los procesos de conversión de los propósitos, las capacidades, las relaciones de las instituciones, de las organizaciones, de los grupos, de los individuos en función de los intereses y las metas a corto, mediano, y largo plazos; y comparte las preocupaciones e inquietudes de todas las entidades en proceso de transformación²⁷.

Desde la perspectiva, digamos informal, pero que se asume en la práctica tenemos que Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA la define como: "una organización que primero la tratamos de establecer como cooperativa, nunca comprendimos la idea de cooperativa, porque quizás algunos no conocíamos lo que era la cooperativa. La identidad era finalmente que tuviéramos ganancias particulares para que pudiéramos sobrevivir como una organización honesta, eficaz, respetuosa, autogestiva con confianza...". Mientras que para Diego Juárez Chávez es: "hay tres representaciones institucionales: primera representación institucional, que a lo mejor nunca lo fue institucional, que fue una visión personal que se intentó primero compartir, luego imponer y luego no operó, la visión de la cooperativa; segundo momento cuando empiezan a introducirse ideas por parte de algunos miembros de la organización, en términos de que se tendría que ser una empresa y entonces se intenta asumir, aparentemente, la lógica de la empresa y entonces los primeros intentos de organización del trabajo apuntan a esa lógica, aparentemente..."

De acuerdo a los rasgos de identidad de una organización es natural que estos cambien por la misma complejidad y diferenciación que se va dando en el sistema de organización y sus elementos constitutivos, así al sufrir cambios y con ello los rasgos de identidad de una organización también son susceptibles de transformación y esto significaría que hay una refundación de la organización.²⁸

En cuanto a la conformación de AINCCA, S.C. y sus integrantes Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S. C. nos explica: "AINCCA surge a partir de una idea general vinculada a dos principios. Un principio digamos laboral que consistía en tratar de generar una fuente de ingresos a un grupo de personas en particular que sostenían una relación amistosa que les permitiera tener una independencia económica en relación con el trabajo que se venía desempeñando, siempre vinculado a instituciones. En este caso a instituciones de educación superior, que aunque te ofrecían ciertas posibilidades de desarrollo profesional, de desarrollo intelectual, eh, también es cierto que tenían límites a lo que podría haber sido, digamos el desarrollo de una vida como investigadores, de

²⁷ AINCCA, S. C., *Folleto de Presentación*, México, 1999, 1-3 pp.

²⁸ ETKIN, Jorge y SCHVARSTEIN Leonardo, *Identidad de las Organizaciones. Invariancia y Cambio*. Ed. Paidós, España, 1995, 35-53 pp.

una vida como personas que produjéramos conocimiento, además por supuesto de ganar dinero, es decir, que no estuvieran desvinculadas esas dos cosas: tener un desarrollo intelectual libre, este, un desarrollo intelectual profundo, donde pudiéramos aplicar las cosas que habíamos aprendido en nuestra formación personal y en nuestra vida en proyectos que sirvieran para desarrollar instituciones, organizaciones, grupos y a otras personas, ese es un primer aspecto; y el otro aspecto creo que era también tratar de ver a partir del espacio que iba a ser AINCCA la posibilidad de abrir un espacio para el desarrollo de personas que tuvieran algún tipo de vínculo con nosotros como podían haber sido otros amigos, como podían haber sido eventualmente quizás algunos familiares o como podía haber sido el caso de algunos alumnos por los que teníamos algún tipo de preocupación y que queríamos, digamos abrirles esa fuente laboral, sobre todo considerando que algunos de ellos iban a enfrentar, pues a problemas muy fuertes en términos de la representación que el espacio social tiene de lo que es el egresado de la UNAM, entonces era, digamos un abrir un espacio de oportunidad para otras personas que tuvieran cierto tipo de formación académica, cierto tipo de intereses profesionales y cierto tipo de preocupaciones sociales. Creo que son dos de los principios básicos, de ahí que la idea inicial fuera que funcionara bajo el principio de cooperativa. En principio la idea de cooperativa era que comprendiéramos lo que implicaba una cooperativa, es decir, una cooperativa te involucra en un tipo de relación emocional, en un tipo de relación intelectual, en un tipo de relación cultural que yo creo que implica en principio un reconocimiento de la necesidad que tienes de los otros para construir un proyecto común donde haya beneficios compartidos y responsabilidades compartidas; que permita que todos puedan involucrarse con honestidad en función de sus intereses, de sus propias expectativas, pero que logren articular esos intereses y esas expectativas particulares dentro de un proyecto común que tenga beneficios colectivos, esa era fundamentalmente la idea de cooperativa. En otras palabras, no es que todos pusieran exactamente lo mismo o se comprometieran a lo mismo, sino dentro de la definición de un compromiso particular, personal, emocional, en función de las condiciones de vida de cada uno se tratara de articular esa particularidad dentro del esquema general de una serie de esfuerzos en distintos niveles y con distintos niveles de ejecución, de acción, de decisión que permitieran a la larga construir un proyecto que a todos nos arrojará los beneficios que de alguna manera pudiéramos obtener en función de ese compromiso inicial o de ese compromiso particular”.

Respecto a quiénes son las personas que conforman AINCCA encontramos que se auto denominaron de la siguiente manera: "Somos personas especializadas en la investigación; poseemos conocimientos, técnicas y herramientas científicas avanzadas y estamos dispuestos a:

- Comprender las necesidades institucionales, organizacionales, grupales e individuales de información.
- Ofrecer alternativas de comunicación para satisfacer las necesidades de información.
- Intervenir en la solución de problemas de información a través de la comunicación.
- Evaluar la eficacia y eficiencia de los flujos formales e informales de información.
- Diseñar sistemas de comunicación orientados al crecimiento y desarrollo en el mediano y largo plazos en función de las metas y propósitos institucionales, grupales y personales.

Somos profesionales: creativos, responsables, innovadores, expertos, flexibles y dinámicos. Ofrecemos a nuestros clientes y amigos: confianza, seguridad, equilibrio, armonía, distensión, integración y conocimiento”.²⁹

Por su parte Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S. C., nos refiere quiénes conforman esta organización: “bueno es una pregunta complicada porque originalmente eramos ocho personas, siete que nos integramos básicamente en un acta constitutiva, jurídicamente y de manera formal bien. Era la Lic. Margarita Romero Capistrán, de grandes recuerdos, la Maestra emérita Edith Martínez Chávez, Griselda Aguilar Vieyra, Rafael Díaz Macías, Marcos Castañeda Contreras, Diego Juárez Chávez y un servidor Miguel Ángel Maciel. Moisés Cruz López era quien no estaba, que era nada más como oyente. Y por su parte Diego Juárez Chávez, en ese mismo sentido nos dice: “en principio yo pensé que personas que tenían un nivel de madurez, un nivel de comprensión, un nivel de solidaridad, un nivel de sensibilidad que estaba en disposición de poner su esfuerzo individual al servicio de sí mismos y al servicio de otros”.

Después de haber reseñado qué es AINCCA, S. C., cuál es su origen, cómo se definen, quiénes la conforman y qué es una organización, en el siguiente apartado indicaremos cuáles son los servicios ofrecidos por ésta.

2.2 Los servicios ofrecidos por AINCCA, S. C.

“Nuestro esquema de servicios adopta tres modalidades generales: Investigación, Capacitación y Asesoría. Las áreas de especialización comprenden...”³⁰ *Comunicación institucional* y dentro de ésta se encuentran: Comunicación corporativa; comunicación directiva; comunicación administrativa; comunicación gerencial; comunicación organizacional; cultura organizacional; comunicación estratégica; auditoría comunicativa; calidad en el servicio; técnicas

²⁹ *Ibidem.*, p. 4

³⁰ AINCCA, S. C., *Folleto de Servicios Generales*. México, 2000, p. 5

de negociación; comunicación para los negocios; asertividad; liderazgo en las organizaciones; organización y desarrollo de grupos; habilidades directivas; y comunicación no verbal. *Comunicación política:*

Comunicación social; propaganda; imagen pública; marketing político; síntesis informativa; discurso político; opinión pública; cultura política; y publicidad política. *Actualización:* Didáctica; dinámica y técnicas grupales; dramaturgia en el aula; elaboración de materiales didácticos; nuevas tecnologías en la educación; técnicas para la elaboración de manuales de procedimientos; técnicas para la elaboración de manuales de operación; microenseñanza; y constructivismo y educación. *Publicidad:* Posicionamiento; mercadotecnia; organización de campañas; planeación de medios; evaluación de estrategias; análisis del consumidor; telemarketing; relaciones públicas; análisis de mercado; y análisis del consumidor. *Periodismo y redacción:* Periodismo urbano; periodismo electoral; periodismo político; periodismo ambiental; periodismo deportivo; y redacción y ortografía. *Economía y finanzas:* Finanzas; comercio internacional; y econometría. *Arte:* Apreciación musical; y; apreciación cinematográfica. *Matemáticas y estadística:* Estadística aplicada y matemáticas aplicadas a la economía. *Teoría y filosofía:* Hermenéutica; teoría social clásica y contemporánea; y escenarios políticos locales, regionales y mundiales. *Psicología:* Psicología industrial; y estrategias de motivación. *Procesos y servicios organizacionales y administrativos:* Sistemas modernos de administración de empresas; investigación de operaciones; control de calidad; estudios prospectivos; ecología y empresas; proyectos de inversión; administración de negocios; solución de problemas; mejora continua; administración del tiempo; gestión de proyectos; técnicas de presentación; seguridad en el trabajo; formación de consultores internos; formación de facilitadores; y planeación estratégica.

“Estas áreas y campos pueden desarrollarse en distintos formatos, según las necesidades de las organizaciones, departamentos, grupos y personas”.³¹ La capacitación a través de: seminario, taller, conferencia, curso, diplomado, simposium y/o entrenamiento. La consultoría mediante: asesoría y/o supervisión. Y la investigación con: diagnóstico, prescripción, intervención evaluación y/o prospección.

Con lo anteriormente citado deseamos ir caracterizando y delineando cuáles son los rasgos y el perfil de esta organización y por esto mismo en el siguiente apartado reconstruiremos los elementos básicos en cuanto a configuración estructural y los recursos materiales con los que cuenta AINCCA, S. C., esto a nivel descriptivo.

³¹ Ibidem., p. 14

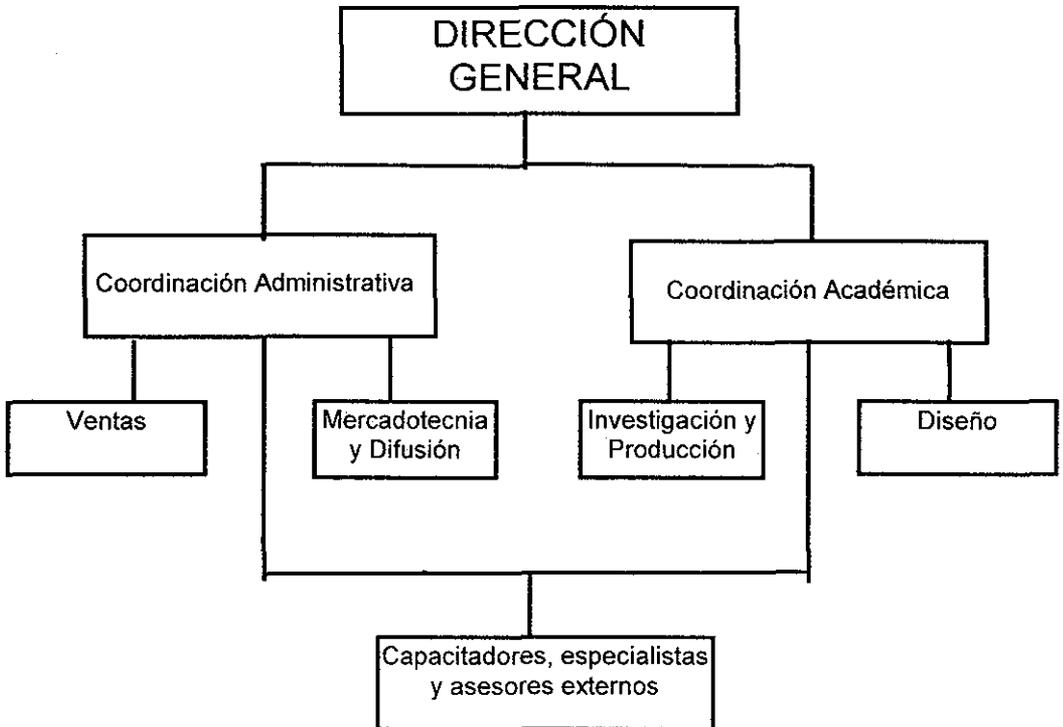
2.3 Infraestructura y estructura de AINCCA, S. C.

En este apartado haremos referencia a la infraestructura de AINCCA, S. C., es decir, enumeraremos los elementos materiales con los que contaba, por una parte, y por la otra, haremos alusión a la configuración estructural, esto es, nos remitiremos a los recursos humanos.

De acuerdo a lo observado, esta organización tenía tres aulas de capacitación con: pizarrón, mesa de trabajo, sillas, proyector de acetatos, lápices, hojas, cuadernos. También contaban con una pequeña biblioteca con unos quinientos, aproximadamente, ejemplares de diversos temas, teléfono, fax, contestadora, diversos artículos de papelería, radiograbadoras, video casetera, televisor, pizarrón de corcho para avisos y recados; también con una pequeña área de cafetería, otra de cómputo (dos equipos); un recibidor y dos pequeños cubículos con escritorio y archiveros, donde se situaban las dos coordinaciones: la académica y la administrativa.

Realmente esto era un buen espacio de trabajo, en cuanto a la distribución de espacios y la decoración. Se percibía como un lugar propicio para recibir clientes, atender a grupos y establecer dinámicas de asesoría personalizada. De hecho, en las salas se llevaban a cabo cursos que impartían las personas fundadoras, pero también se buscaba y se invitaba a especialistas en algún tema que no se dominara por parte de la gente interna, también se organizaron grupos de discusión o focales en estas salas y se impartían seminarios, talleres y todo aquello que se ofertaba o se demandaba. Además, se llevaban a cabo juntas y sesiones de trabajo.

Aunque hubo diversos cambios en cuanto a la estructuración de los recursos humanos y formalmente no se tenía con precisión una configuración, de acuerdo a lo detectado y a lo que nos comentaron, gráficamente podríamos ubicar de la siguiente manera:



Como se puede observar, mediante este organigrama la configuración estructural nos da cuenta, a grandes rasgos, de tres cosas elementales en la organización: el poder, la comunicación, la organización del trabajo, y la dinámica que se establecían al interior de AINCCA, S. C. Dentro de los diseños organizacionales más comunes que se hallan en uso: la estructura simple, la burocracia y la estructura matricial³². Claro de manera formal, pero como estamos viendo en la práctica cotidiana las cosas son diferentes, sin embargo a AINCCA, S. C., la podemos ubicar como una estructura simple en tanto que “es una organización “plana”; habitualmente, tiene dos o tres niveles verticales, una fuerza laboral poco acoplada y un individuo que centraliza la toma de decisiones. Se practica sobre todo en las empresas pequeñas, en las que el gerente y el dueño

³² ROBBINS, Stephen P., *Fundamentos de Comportamiento Organizacional*. Ed. Prentice Hall, 5a. ed., México, 1998, cuarta parte, 199-217 pp.

son la misma persona, pero también se prefiere en las épocas de crisis temporales, porque centraliza el control”³³.

Y de igual manera en la práctica diaria, fáctica o no formal, las cosas son de otro modo, también en el nivel superestructural, es decir, la filosofía, pensamiento, ideario de AINCCA, S. C., veamos en el siguiente apartado la superestructura de esta organización.

2.4 Superestructura de AINCCA, S. C.

Entenderemos por superestructura el nivel de abstracción e ideario que se tiene respecto a AINCCA, S.C., en este caso nos referiremos concretamente a su misión, visión y valores³⁴, éstos en cualquier organización fijan un sentido elemental definido, en tanto otorga dirección, orientación y justifica el trabajo al interior de la organización. Así, encontramos que la misión de AINCCA es: “Nuestro propósito es participar en los procesos de crecimiento y desarrollo de las instituciones públicas y privadas. Aportamos planes, programas, estrategias, acciones y productos para: 1. La gestión de acciones productivas y creativas, 2. La mediación en situaciones de crisis y conflicto, y 3. La asesoría para la toma de decisiones con fines preventivos, correctivos y prospectivos”.³⁵

La visión: “Queremos ser una institución que ofrezca alternativas innovadoras para regular los procesos de cambio y permanencia de las organizaciones, a partir de nuestros servicios de alta calidad en materia de capacitación, de educación, de investigación y de consultoría”.³⁶

De acuerdo a la conformación de una organización es imprescindible no perder de vista que los valores son el resultado del tipo de institución que se desea proyectar tanto al interior como al exterior. Así tenemos que un valor es una representación del sistema de relaciones que se establecen fácticamente, un valor puede materializarse a través de actitudes, comportamientos, costumbres, creencias, convicciones y hábitos.

Para la gente de AINCCA, S. C., los valores son intangibles, dado que pueden ser interpretados en diversas modalidades por las vivencias que cada miembro de nuestra organización haya experimentado con otros y en otros grupos, pero cuando se ponen en común dos o más personas se pueden ventilar diferencias y coincidencias; dentro de las coincidencias a pesar de los disentes

³³ Ibidem., p. 207

³⁴ La misión, visión y valores, como los instrumentos que proporcionan beneficios para toda organización. La misión la concebimos como el propósito de la organización, esto es, el porqué y para qué hacemos lo que hacemos. La visión, es el cómo se entiende a sí misma y cómo se ve o qué tipo de organización quiere ser en el futuro. Y los valores, son las pautas para el trabajo, para el comportamiento.

³⁵ AINCCA, S. C., *Folleto de Servicios Generales*. México, 2000, p. 3

³⁶ Ibidem., p. 4

en la organización deben de imperar actitudes que nos permitan operar eficaz y eficientemente para con nuestros compañeros de trabajo y a su vez con todos aquellos con los que interactuemos, llámense clientes, alumnos, asesorados, instituciones, organizaciones y/o empresas.

La forma de introyectar y proyectar valores requiere una manifestación y/o expresión mediante:

VALORES DE AINCCA:

-el respeto: este valor nos indica que debemos aceptar en la manera de lo posible los criterios, opiniones, personalidades y puntos de vista de cada uno de los compañeros de trabajo, tratando siempre de llegar a un acuerdo común en beneficio de todos.

-la honradez: se refiere al manejo adecuado y pertinente tanto de los recursos humanos, materiales, económicos, administrativos y técnicos.

-la libertad: cada uno de los miembros del grupo puede expresar sus propias ideas y tomar decisiones, pero sin perder de vista que los otros merecen ser escuchados, a pesar de los límites que personalmente cada uno de los miembros de esta organización establezca.

-ética profesional: que el trabajo sea desempeñado en forma eficaz y eficiente, es decir, con calidad y que se tomen en cuenta los principios establecidos por la práctica profesional y los criterios académicos.

-la consistencia: que todos los métodos y procedimientos se encaminen de una forma estandarizada, a partir del conocimiento e interés para con los demás, así como de los productos que se gesten en nuestra organización.

-la discreción: todas las condiciones, acuerdos, estatutos, productos e información que se generen en la institución deben ser guardados, respaldados y usados celosamente, aunque con la consideración de que están al servicio de los miembros de esta organización previa autorización, ya sea académica o administrativamente, por lo cual no deberán ser divulgados, difundidos o compartidos con personas distintas o no autorizadas para algún beneficio individualizado.

-la puntualidad: dado el tipo de servicios ofrecidos por esta organización es de vital importancia la atención oportuna a nuestros clientes, ya que de ello depende el crecimiento y la rapidez del trabajo a desarrollar, por lo que se pide la llegada al centro de trabajo en los horarios establecidos, así también considerar que nuestro tiempo vale tanto como el de los demás. Debe prevalecer el compromiso de entregar en los tiempos acordados el material o requerimientos que hayan sido estipulados, porque de ello depende que el trabajo de los demás sea adecuado.

-honestidad: que seamos capaces de expresar sin tabus las ventajas o desventajas de alguna decisión que se desee tomar.

-cooperación: que la gente que trabaja en la organización, así como también las personas que ingresen a los cursos sean capaces de desarrollar su creatividad e iniciativa; es decir que **participen** sin necesidad de estar señalando errores, obligaciones o “debes, deberías, te toca, etcétera”, procurar estar atentos a los requerimientos de nuestra organización sin la espera de un imperativo.

-amabilidad: que se cuiden las formas de expresión y petición hacia los semejantes, así como el trato. Debemos pensar que así como trato a los demás, ellos me ofrecerán lo mismo. Que en todo momento prevalezca la cordialidad y un ambiente propicio para el crecimiento.

-igualdad: todos tenemos las mismas oportunidades de participar, desarrollarnos, expresarnos, por lo tanto no se vale abusar de las capacidades, debilidades y/o fortalezas de los demás.

-responsabilidad: que el trabajo sea considerado con seriedad y que cada persona desarrolle sus labores con calidad.

-lealtad: todos trabajamos para un mismo objetivo, por lo que no es válido traicionar la confianza que la organización deposita en nosotros.

-humildad: lo que yo sé no es más importante que lo que otros dominan, tener la suficiente confianza de asumir los errores, pero con el compromiso de subsanarlos y/o resolverlos. Aceptar que yo también me equivoco y que los demás pueden apoyarme. Y yo que sé más que los otros o simplemente tengo ciertas habilidades puedo ponerlas a disposición de los otros para mejorar.

-solidaridad: tener la capacidad y sensibilidad de entender que si ahora el otro no dispone de tiempo y yo si para realizar alguna actividad asumirla sin que por ello se fomente la irresponsabilidad por parte del otro. Comprender que el otro necesita de mi apoyo sin que necesariamente se le resuelvan sus problemas. Escuchar al otro si quiero ser escuchado.³⁷

³⁷ AINCCA, S. C., Valores. México, 19 de abril de 1999.

2.5 Los cambios, la experiencia y lo vivido en AINCCA, S. C.

Es obvio pensar que al interior de cualquier organización se viven diversas experiencias y por supuesto se viven cambios³⁸, éstos pueden ser emergentes o inesperados y/o planificados, en otras ocasiones, incluso son necesarios e inevitables, además la percepción y el aprendizaje personal nos lleva a valorar de múltiples formas. Veamos qué es lo que sucede en este sentido en AINCCA, S. C., Miguel Ángel Maciel González considera que en AINCCA, S. C. hubo muchos cambios: "Hubo cambios técnicos, de infraestructura, hubo cambios en los conocimientos, hubo mucha capacitación, hubo cambios en las relaciones personales y laborales. El problema es que todos esos cambios que pudieron ser para bien, muchos no los percibíamos como algo positivo, porque los cambios generan finalmente que finalice el poder de muchas personas, ese poder que no nos permite ver más allá y que lo concentramos hace que no vislumbremos que todo cambio es beneficioso para trabajar. Ahí están algunos ejemplos de la administración, creo que ahí es dónde está la raíz medular del porqué en vez de ser una organización autogestiva de conocimiento se volvió una organización que le apostaba a las relaciones como decían por ahí y no al conocimiento profundo. Mientras que para Diego Juárez Chávez, el principal cambio fue: "yo creo que el principal cambio fue del desconocimiento que nos permitía tener confianza en los otros, una confianza muy superficial, ahora lo entiendo, al conocimiento que nos empezó a generar una profunda desconfianza de los otros... y cuando terminó AINCCA, a una profunda desconfianza sobre nosotros mismos, que ahora, creo que es la base, para poder rehacernos".

Respecto a las experiencias, sus transformaciones y contradicciones encontramos que Miguel Ángel Maciel González opina: "Yo creo que entramos muy inexpertos, generamos una organización que le apostaba fundamentalmente a adquirir saber, conocimiento, fue una muy buena experiencia de trabajo, de labores, fue conocimiento amplio... creo que en transformaciones: aprendizaje, conocimiento, experiencia, esto lo tuvimos y lo manifestamos a lo largo del periodo de trabajo. Las contradicciones: decíamos que teníamos valores de autogestión, valores de responsabilidad y ética y jamás los cumplimos y al contrario fuimos deshonestos algunos miembros, fuimos poco honrados, fuimos personas que no trabajamos, que éramos dueños de la empresa, que queríamos que continuara la empresa...".

Por su parte Diego Juárez Chávez nos expresa: "aprendí que... la idea de una cooperativa requiere de un desarrollo cultural, de un nivel de maduración

³⁸ Cada vez más organizaciones enfrentan ambientes dinámicos y cambiantes que las enfrentan a un proceso de adaptación, las fuerzas del cambio más comunes son: naturaleza de la fuerza laboral; tecnología; conmociones económicas; competencia; tendencias sociales; y política mundial. Véase capítulo 17, Cambio y desarrollo organizacionales, ROBBINS, Stephen P., op. cit. 269-288 pp.

personal, intelectual, emocional, material, también que en un momento dado no comprendí del todo en su momento y que... me, obnubiló la visión y, y no pude ver desde el principio que no era factible por quienes éramos construir un proyecto de esa dimensión, esa es una experiencia muy importante. Yo creo que las cooperativas que existen en este país, que son, la verdad muy pocas, sobre todo las que han logrado cristalizar, este tienen... un impresionante desarrollo histórico y yo creo que si hiciéramos un análisis de las relaciones y de las personas y de la cultura que hay alrededor de éstas encontraríamos un nivel muy alto de compromiso de responsabilidad, de tolerancia, de respeto, de autocritica, de autoconocimiento, de autoconciencia, no sé muchas cosas que en este momento podría decir, que la verdad eran altamente improbables en ese momento, por lo menos que yo las comprendiera y las pudiera ejercer junto con otros, porque yo no estaba preparado para ese proyecto. Me da mucha experiencia porque creo que vuelves a AINCCA objeto de estudio, objeto de análisis, objeto de tu autoevaluación personal y... para mi AINCCA fue un espacio que me permitió ver mis propias limitaciones con mucha nitidez y eso yo lo considero invaluable, porque... porque, porque llegué con un egocentrismo muy alto y sufrí el egocentrismo de otros... y la angustia de que ni yo fuera capaz de ceder ni que ellos fueran capaces de ceder; y que en algunos casos tuvo costos personales y en otros ha habido después de eso la madurez para recapitular y rehacer el proyecto personal, pero ha costado mucho”.

Como se puede ver, la interpretación y la apropiación de AINCCA como experiencia, sin duda nos revela percepción, sentir y representación personal al respecto, muy a pesar de ser aparentemente una experiencia común. Podríamos también atribuir esto a lo previamente vivido, por ejemplo para Pierre Bourdieu, “el habitus se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles - estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apariencias y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir”.³⁹

Ahora bien, después de habernos referido a la experiencia AINCCA desde la postura de sus fundadores, específicamente en el siguiente apartado referiremos las relaciones personales y de trabajo en esta organización para comprender en la práctica social y cotidiana, a manera de ejemplo el objeto de estudio de este trabajo de investigación, cabe anotar que destacaremos, también como en este apartado en lo que sigue la posición de Miguel Ángel Maciel González y Diego Juárez Chávez.

³⁹ BOURDIEU, Pierre, *La Distinción. Criterio y Bases Sociales del Gusto. (Crítica Social del Juicio de Gusto, primera parte)*. Ed. Taurus, España, 1988, p. 54

2.6 Las relaciones personales y de trabajo en AINCCA, S. C.

Indudablemente dentro de las organizaciones se viven infinidad de cosas, entre ellas destacan las relaciones personales y de trabajo, esto nos conlleva a una serie de conflictos, contradicciones, satisfacciones, logros, coincidencias y diferencias, esto significa que en toda organización, al habitarla persiste entre las personas un ambiente y un clima que propicia, posibilita, impide, sabotea, coadyuva y/o produce, paralelamente la parte humana y laboral. Sin embargo, en AINCCA, de acuerdo a lo referido encontramos ciertas coincidencias, en cuanto a la confusión de las relaciones personales con las laborales y viceversa, veamos, para Miguel Ángel Maciel González las relaciones laborales y personales en esta organización se muestran: "a veces eran muy tensas porque generalmente todo mundo quería mandar, quería tener el poder ahí y realmente no existían capacidades de negociar, de ponernos de acuerdo en lo que teníamos que hacer y por lo tanto cada quien establecía su lógica a propósito de ello, por un lado se establecían relaciones de poder a nivel académico, a nivel administrativo, a nivel económico que nos llevaban a que no nos coordináramos y que generalmente no hiciéramos nada por trabajar y llevarnos más o menos bien. A nivel personal creo que se confundieron muchas cosas entre la amistad y las labores, hubo desaciertos por conservar una cosa y por darle preferencia a la amistad y creo que se perdieron muchas buenas cosas a nivel de trabajo".

Y para Diego Juárez "las relaciones de trabajo no estaban separadas de las relaciones personales y que se ven impregnadas de las relaciones personales... había gente que vivía la ficción de que trabajaba y no trabajaba, se engañaba a sí mismo y trataba de engañar a los demás en términos de que trabajaba, era una simulación, a veces no se llegaba a trabajar se llegaba a entrar en la relación personal y a tratar de vivir sólo esa relación personal sin asumir ningún tipo de responsabilidad en términos de objetivos de trabajo que a veces sí estaban marcados y que a veces no eran tan claros, pero que por ejemplo siempre era, digamos claro que había algo que hacer en términos laborales y que era lo menos que se hacía... en realidad el nivel de productividad era muy bajo, se trabajaba poco...

Como se observa persiste la combinación de relaciones y la confusión lo cual redundando en la improductividad, pero no necesariamente en las organizaciones se puede dar mayor o menor importancia a un tipo de relaciones, creemos que debería voltearse el ángulo de percepción hacia una organización que le apueste a la integración de tal manera que ésta sea habitable, claro sin dejar a un lado los niveles de productividad, porque los humanos somos los que damos vida y hacemos a las organizaciones, dedicamos gran parte de nuestras vidas transitando de una a otra o vivimos en varias de ellas. En organizaciones pequeñas hay una tendencia, mayormente a la interacción personal, pero de igual manera en las grandes empresas impera el pensar, el hacer, el sentir y el decir humano.

Cabe precisar que el desarrollo organizacional es una perspectiva que le pone su énfasis en las relaciones, así una escuela, "la de sistema y proceso, ve en el DO un proceso por medio del cual las organizaciones pueden entender sus relaciones con su ambiente y tomar decisiones inteligentes sobre lo que la organización debería ser, a fin de funcionar en forma eficaz de acuerdo con lo que se conoce sobre las relaciones, organización y ambiente".⁴⁰ Así los proponentes de este punto de vista ven a la organización como un sistema que puede identificarse, cambiarse y desarrollarse en forma tal que pueda alcanzar de manera óptima sus metas y objetivos.

La segunda escuela, de programación y procedimiento, tiende a ver el DO como "una forma eficaz de poner en práctica las políticas, los procedimientos y los programas fijados por la dirección de la organización. En forma típica, el personal es el grupo de la organización, responsable de esas actividades de DO".⁴¹ De esta manera podemos entender que desarrollo organizacional significa todo lo que desarrolle la organización.

De esta manera, en el siguiente apartado nos interesa hacer alusión a la cultura organizacional desde una lógica humana-organizacional y específicamente indicaremos cuál es la cultura generada en AINCCA, S. C.

2.7 La cultura organizacional de AINCCA, S. C.

La cultura organizacional la podemos entender, en términos generales, como el conjunto de valores, creencias y entendimientos que los integrantes de una organización tienen en común. Así, la cultura ofrece formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían la toma de decisiones y otras actividades de los participantes en la organización. Hoy por hoy las organizaciones exitosas al parecer tienen fuertes culturas que atraen, retienen y recompensan a la gente por desempeñar roles y cumplir metas. De esta forma, uno de los roles más importantes de la alta dirección es dar forma a la cultura que, con personalidad, tendrá un efecto importante en la filosofía y el estilo administrativo. Y así como la filosofía de una persona ofrece lineamientos para la conducta, también dentro de una organización existen aspectos que pautan un determinado deber ser.

⁴⁰ PARTIN, Jennings J. *Perspectivas del Desarrollo Organizacional*. Ed. Fondo Educativo Interamericano, S. A., E. U. A., 1977, p.1

⁴¹ *Ibidem.*, p. 2. El DO, desarrollo organizacional visto como cuerpo teórico de conocimiento tiene sus raíces en la investigación psicológica realizada en el área del comportamiento humano. Asimismo cabe agregar que la función del DO ha evolucionado en forma diferente en cada organización. Sus practicantes tienen directivas diferentes (si es que las tienen) y realizan sus trabajos a su manera. Con frecuencia trabajan para hacer explícito algo que ha estado implícito todo el tiempo. Hacen preguntas sobre cuáles son los objetivos del grupo, ayudan a los miembros del grupo a identificar lo que están haciendo y a determinar si se necesitan cambios. Ver capítulo 1, "Desarrollo organizacional: una perspectiva", PARTIN, Jennings J., op. cit., 1-33 pp.

Encontramos que las definiciones de cultura organizacional comparten conceptos comunes; subrayan la importancia de los valores y creencias compartidos y su efecto sobre el comportamiento. Así, persiste un amplio acuerdo en que la cultura organizacional se refiere a un sistema de significados compartidos que ostentan los miembros de AINCCA, S. C. y distinguen la organización de las otras, es por ello que hemos pretendido a lo largo de este capítulo dar voz a Miguel Ángel Maciel González y Diego Juárez Chávez, aunque claro, no estamos descartando las diferencias. Aún y cuando en definición la cultura organizacional representa una percepción común a todos los miembros de la empresa⁴², además con la intención de ventilar, de acuerdo a nuestro objeto de estudio, la construcción de representaciones y la identidad de AINCCA, S. C. con todo y sus coincidencias, semejanzas y distinciones. Asimismo, la primera fuente de la cultura de las empresas son sus fundadores. Habitualmente, los fundadores tienen un gran efecto en el establecimiento de las primeras etapas de cultura. "Tienen la visión de lo que debe ser la empresa..."⁴³ Pese a que la realidad pueda ser otra, aclaramos. Y además la cultura en términos reales se va construyendo.

En un sentido antropológico, para Umberto Eco la cultura es el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimiento, significados, formas de comunicación y de organización social, y bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permite transformarse de una generación a las siguientes.

Por ello, la cultura⁴⁴ expresa los valores o ideales sociales y creencias que los miembros de una organización llegan a compartir, manifestados en elementos simbólicos como mitos, rituales, historias, leyendas y un lenguaje especializado. Por ello es que la cultura organizacional cumple con varias funciones importantes al:

- Transmitir un sentimiento de identidad a los miembros de la organización.
- Facilitar el compromiso con algo mayor que el yo mismo.
- Reforzar la estabilidad del sistema social.
- Ofrecer premisas reconocidas y aceptadas para la toma de decisiones.

⁴² STEPHEN, P. Robbins, op. cit., p. 255, tampoco perdemos de vista que la cultura, de acuerdo a estos planteamientos cumple varias funciones. "Primera, define los límites, es decir, distingue entre una empresa y las otras. Segunda, transmite a los miembros un sentimiento de identidad. Tercera, facilita el establecimiento de un compromiso con algo más grande que los intereses personales de los individuos. Cuarta, aumenta la estabilidad del sistema social. La cultura es el aglutinante social que mantiene unida a la organización al proveer las normas adecuadas a los empleados de lo que deben decir y hacer. Por último, sirve como mecanismo de significado y control que conduce y moldea las actitudes y el comportamiento de los trabajadores... en una palabra, la cultura define las reglas del juego...", p. 257

⁴³ Ibidem., p.258

⁴⁴ Ver ECO, Umberto, *Apocalípticos e Integrados*. Ed. Lumen, España, 1977. Mientras que para THOMPSON, John B., *Ideología y Cultura Moderna*. UAM-Xochimilco, 2ª. ed., México, 1998. Ver el capítulo 3, El concepto de cultura, 183-240 pp. La cultura es el conjunto de formas simbólicas consideradas en contextos históricos específicos y socialmente estructurados a través de las cuales los hombres se comunican entre sí y comparten sus creencias y experiencias.

Con lo antes señalado se sugiere que la cultura cumple funciones importantes en la organización, pero que de acuerdo al tipo de organización la cultura es diferente en cuanto a sus objetivos, valores, metas, estilos, comportamientos, creencias e ideales.

Por su parte, Darío Rodríguez Mansilla asumiendo a la organización como un sistema autopoiético de decisiones define a la cultura organizacional como: "el conjunto de premisas básicas sobre las que construye el decidir organizacional. Estas premisas aparecen como indecibles e indecidas... estas premisas varían según la organización va derivando en acoplamiento estructural con su entorno. La cultura organizacional, por consiguiente, constituye una expresión del estar de la organización en el mundo. La cultura organizacional es la explicación que la organización se da de su estar en el mundo. Cambiará, por lo tanto, toda vez que varíe el devenir de la organización en su entorno; cada vez que cambien las interpretaciones que la organización tenga como válidas para este devenir; y también, cada vez que se produzca un cambio en los mecanismos autorreflexivos de la organización".⁴⁵

Y en tanto que la cultura de una organización comienza por las costumbres, tradiciones y forma general en que una organización cumple con su misión, esto se debe en gran medida a lo que ha hecho antes y al grado de éxito conseguido. Ello nos lleva a la fuente primera de la cultura de una organización: sus fundadores, por esto hemos considerado la opinión de Miguel Ángel Maciel González y Diego Juárez Chávez, miembros fundadores de AINCCA, S. C., quiénes al respecto consideraron lo siguiente: "La cultura organizacional son aquellas costumbres, valores, afectos que identificaban a una organización y en función de las características de la manera en cómo yo percibía mi entorno de trabajo y también cómo los que trabajaban conmigo percibían hacían básicamente la cultura de trabajo, relaciones personales, de labores, la cultura de amistad, básicamente. En AINCCA, yo creo que se generó una cultura muy perversa a nivel de lo que significaba no decir las cosas concretamente, ocultar elementos importantes, decir que sí trabajábamos, cuando no trabajábamos, asumir que éramos dueños de la empresa de palabra, pero que de facto jamás nos responsabilizamos por sacar adelante la empresa; yo creo que se generó una cultura de engaño hasta de la traza a nivel de lo que podría ser la honestidad, no fue algo muy positivo para nosotros", afirmó Miguel Ángel Maciel.

Cabe señalar que esto es un juicio de valor distinto y cuestionable para los especialistas en las organizaciones, pero es posible. En toda organización la cultura se construye y varía en función del tipo de personas que constituyen una organización. Por ello en el caso de AINCCA, S. C., la cultura que se fue edificando muestra particularidades y especificaciones que de una u otra manera

⁴⁵ RODRÍGUEZ, Mansilla Darío, *Gestión Organizacional. Elementos para su estudio*. Ed. Universidad Iberoamericana y Plaza y Valdes, México, 1996, p. 199

nos revela su propia identidad, claro que a partir de uno de los miembros de esta organización, sin que por ello estemos del todo de acuerdo.

Mientras que en palabras de Diego Juárez Chávez, en AINCCA se construyó "una cultura contradictoria, los valores que se planteaban a nivel formal eran muy altos en relación con las prácticas cotidianas. Los rituales decían los valores que se habían definido de manera formal, aparentemente, por consenso, yo no sé si el consenso sea que un par de personas diseñan unos valores y los sometan a los otros y los otros por comodidad de pronto digan: "está bien" y al final saber que no se iban a cumplir y luego reconocer con cinismo que no se cumplían y aceptar que no se cumplieran, eso pasaba".

De esta manera podemos observar que a pesar de que en definición la cultura organizacional abarca las prácticas, hábitos, relaciones, costumbres, creencias, valores, misión y visión que se construyen cotidianamente en el devenir de un espacio y tiempo a través de formas y maneras para la organización del trabajo. No obstante, en la práctica los protocolos, los códigos, las experiencias compartidas, los vínculos establecidos, los rituales y las rutinas de trabajo adquieren otras dimensiones como es en particular el caso de AINCCA, S. C. Así, podríamos refutar que la "cultura de una organización está formada por valores, ideas, presunciones, percepciones, normas, artefactos y pautas de comportamiento compartidos por los que trabajan en ella".⁴⁶ Y aunque la cultura de una organización es la personalidad o la forma de pensar de la misma, sería relativo afirmar que todo lo que formalmente se acuerda no del todo es compartido, comprendido, asumido y llevado a la práctica como tal. En última instancia quienes tienen poder, encabezan o en este caso son miembros fundadores de AINCCA, S. C. y sugieren un "deber ser", aunque esto no significa que así sea en la propia cotidianidad.

Asimismo, la importancia que cobra la cultura dentro de una organización es potenciada, desde la lógica de adquirir una identidad, porque para reconocer socialmente una entidad es elemental contar con una imagen-identidad, tanto al interior como hacia el exterior, así "el concepto de identidad corporativa contiene el sentido de lo que es, en forma similar al significado de nuestra propia identidad individual formada por comportamientos, presencia, actitudes y otros atributos personales. De esta manera la identidad de una empresa se forma a través de la cultura organizacional, así como de las expresiones de sus estrategias, publicidad, promociones, productos, servicios, tecnologías y otros elementos que proyectan alguna información sobre lo que es y hace la organización".⁴⁷

⁴⁶ GIBSON, James L., IVANCEVICH, John M. y DONNELLY, James H., *Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura y Procesos*. Ed. IRWIN, España, 1996, p. 71. Para mayor detalle sobre cultura organizacional recomendamos ver el capítulo 14 de ROBBINS, Stephen P., *Comportamiento Organizacional*. Ed. Prentice Hall, 3a. ed. México, 1987, 437-462 pp.

⁴⁷ PICAZO, Manriquez Luis y EVADISTA, Lorenza Gabriel, *Comunicación Estratégica*. Ed. McGraw-Hill, México, 1993, p. 36

En el siguiente apartado de este capítulo abordaremos en qué consiste el ejercicio del poder y específicamente cómo se establecía en AINCA, S. C.

2.8 El poder en AINCCA, S. C.

En este aspecto encontramos coincidencias, por parte de los fundadores de AINCCA, S. C., esto es, que la idea por el poder es inevitable y necesario en toda organización, en tanto el ejercicio de éste permite tener principios de orden, sin embargo el ejercicio del poder corre el riesgo de desvirtuarse, por la lucha del mismo, entre los miembros de una organización; por el afán de manipular a los otros; por cuestiones económicas; en fin. Veamos una definición, “**poder** es la capacidad de A de influir en el comportamiento de B de modo que haga algo que de otro modo no haría. Esta definición implica (1) un *potencial* que no necesita actualizarse para ser eficaz, (2) una relación de *dependencia*, y (3) que B tiene alguna *discrecionalidad* sobre la conducta propia”.⁴⁸

Miguel Ángel Maciel González, piensa que el poder es muy importante para una organización, precisa “yo creo que el poder es una capacidad para en un momento dado generar un principio de orden, pero cuando ese poder, como ya alguna vez lo diría el maestro Diego <cuando le das poder a una persona frustrada no se vuelve con capacidad de liderazgo y disciplina, lo que se vuelve es represión y autoritarismo>. Cosa que prevaleció mucho en la empresa y por lo tanto no hubo poder, hubo vacío de poder”.

Para Diego Juárez: “todas las organizaciones implican un ejercicio de poder que tiene su expresión en las relaciones. El poder no es todo, pero es fundamental, la manera en que se ejerce el poder y se lucha por el poder. No hay organización en la que no aparezca, es una constante, es una variable sin la cual no puedes explicar a una organización. AINCCA como una organización ejerce el poder”. Específicamente en ésta, apunta: “hay momentos y cambios por generar el poder de una idea por hacerlo por consenso, un consenso muy forzado que... en AINCCA había un ejercicio de poder que todos contribuíamos a darle una forma específica, éramos corresponsables, a veces ejerciendo y cuando íbamos perdiendo posición a aceptar el poder de los otros, pero obtener dentro del ejercicio del poder del otro ciertos beneficios, nos íbamos acomodando, cuando ya ese ejercicio del poder no nos convenía y yo creo que a todos... mira yo me atrevería a decir que en AINCCA, pese al corto tiempo se experimentaron todas las formas de poder y transitamos, a veces sin mucha conciencia por esas formas tratando de mantener algo que era insostenible, pero cuando nos supera toda esta sinergia de fuerzas opuestas que ya no encontraban conveniencia en estar, ya no era sostenible ninguna forma de poder y la que quería mantenerse y que trato de aferrarse al final, que más bien fue una fuerza dictatorial ya ni siquiera alcanzó ejercer ni siquiera las alianzas mínimas que le permitieran sostener esa dictadura,

⁴⁸ ROBBINS, Stephen P., op. cit., 167 y 168 pp.

porque un poder sin alianzas se erige. En todo poder se concede, es un poder que alguien quiere ejercer y que alguien de una u otra manera quiere padecer. Yo creo que todos luchábamos por el poder, siempre, pero no en los mismos roles.

Para John Thompson el poder "es la capacidad que *faculta* o *habilita* a algunos individuos para tomar decisiones, seguir objetivos o realizar intereses; los habilita de tal manera que, sin la capacidad conferida por la posición que ocupan dentro de un campo o institución, no habrían podido seguir el trayecto relevante. Individuos que gozan de diversas capacidades de este tipo, y en consecuencia de diferentes grados de poder pueden guardar determinadas relaciones sociales unos con otros".⁴⁹

Así, el poder, en el plano más general, implica siempre la posibilidad, para algunos individuos o grupos, de actuar sobre otros individuos o grupos, para el logro de diversos objetivos, esto es, el poder es necesario e inherente a cualquier organización, independientemente del tipo de poder que se ejerza. De tal manera que los "actores sociales no pueden alcanzar sus propios objetivos más que por el ejercicio de relaciones de poder, pero al mismo tiempo, no pueden ejercer poder entre sí más que cuando se persiguen objetivos colectivos cuyas propias restricciones condicionan en forma directa sus negociaciones".⁵⁰

Por otra parte, desde la lógica marxista, la dialéctica del control implica el carácter de doble vía del aspecto distributivo del poder (poder en tanto control); el modo en que los menos poderosos administran recursos como para ejercer un control sobre los más poderosos dentro de relaciones de poder establecidas.

Y aunque en este apartado lo que hemos querido plasmar es un esbozo general de lo que conlleva la distribución y el ejercicio del poder⁵¹ en las

⁴⁹ THOMPSON, John B., *Ideología y Cultura Moderna...*, p. 225. Además, cuando las relaciones de poder establecidas son *sistemáticamente asimétricas*, la situación se puede describir como de *dominación*. Las relaciones de poder son <sistemáticamente asimétricas> cuando los individuos o grupos de individuos particulares detentan el poder de una manera durable que excluye, y hasta cierto grado significativo se mantiene inaccesible, a otros individuos, sin considerar las bases sobre las que se lleva a cabo tal exclusión. En tales casos podemos hablar de individuos o grupos <dominantes> y <subordinados>, así como de aquellos individuos o grupos que ocupan posiciones intermedias en un campo, en virtud del acceso parcial que tienen a los recursos, p. 226 y ss. Ver la tabla 3.1 "Algunas estrategias típicas de evaluación simbólica", las posiciones en un campo de interacción: *dominante, intermedia y subordinada*, p. 235

⁵⁰ CROZIER, Michel y FRIEDBERG, Erhard, op. cit., p. 65. Véase capítulo 2, "El poder como fundamento de la acción organizada", 54-75 pp.

⁵¹ Para Michel Foucault, "la apropiación social de los discursos" como uno de los procedimientos mayores por los cuales los discursos son sometidos y confiscados por los individuos o las instituciones que se arrogan su control exclusivo. La apropiación apunta a una historia social de usos e interpretaciones fundamentales e inscritos en las prácticas específicas que los producen. Cabe agregar que por el discurso se conoce, se piensa, se entiende, se explica y se representa lo social y lo cultural, pero dentro de este plasmar realidades a través del discurso persisten las distintas interpretaciones, por tanto la comprensión de realidades es diversa, como de una u otra manera se está evidenciando al caracterizar y describir la representación de AINCCA, S. C., al correr de este capítulo.

organizaciones y en particular en AINCCA, S. C., implícita e indirectamente estamos hablando de comunicación, porque el poder es uno de los elementos que de una u otra manera pauta el discurso organizacional, así como la distribución de información, en una palabra el funcionamiento de una organización tiene su fundamento en la comunicación –desde la lógica de coordinación; organización y/o administración-, en tanto, ésta es la clave, incluso, en algunas organizaciones para la productividad⁵², funge como una estrategia. Así, en el siguiente apartado nos ocuparemos de delinear qué es la comunicación organizacional y cómo se da en AINCCA, S. C.

2.9 La comunicación organizacional en AINCCA, S. C.

Como se ha podido observar a lo largo de este capítulo hemos dado voz a los miembros fundadores de AINCCA, S. C. con la intención de aproximarnos a esta organización y más aún si consideramos que la relación que guarda el discurso y las organizaciones es, en específico, una parte de la comunicación organizacional, “la organización como una colectividad social, que se produce, se reproduce y se transforma por medio de las prácticas de comunicación habituales, interdependientes y deliberadas de sus miembros... las organizaciones sólo existen en la medida en que sus miembros las crean por medio del discurso. Esto no quiere decir que las organizaciones sean “nada más” que discurso, sino que este es el principal medio por el cual los miembros de una organización crean una realidad social coherente que encuadra la percepción que tiene de su propia identidad”.⁵³

Cabe recordar que el objetivo general de este trabajo de investigación es estudiar la construcción de representaciones y la identidad de AINCCA, S. C., por ello creemos pertinente la manera en que se ha venido exponiendo este segundo capítulo y cómo, también presentaremos el siguiente, en virtud de que precisamente la pretensión es dar cuenta de las representaciones e identidad de esta organización, aunque colateralmente damos referencias, comentarios y reflexiones de las organizaciones en general.

Ahora, particularmente plantaremos la comunicación organizacional en una tónica general y en particular indicaremos la comunicación en AINCCA, S. C. Así, las comunicaciones en las organizaciones pueden “discurrir en un sentido horizontal entre posiciones iguales, o en sentido vertical entre rangos diferentes, de arriba abajo o bien de abajo arriba. Pueden ser transmitidas de distintas maneras, por ejemplo, oralmente, por teléfono o por escrito. Hay que distinguir

⁵² Véase D'APRIX, Roger, *La Comunicación. Clave de la productividad*. Ed. Limusa, México, 1986, capítulos: 2, “La comunicación organizacional: algunas tendencias nuevas”; y 3, “La administración ES comunicación”, 27-68 pp.

⁵³ MUMBY, Dennis K. y CLAIR, Robin P., “El discurso en las organizaciones”. En: VAN, Dijk, T. A. (compilador). *El Discurso como Interacción Social. Estudios sobre el discurso II*. Ed. Gedisa, Barcelona, 1997, p. 263

también diferentes contenidos de las comunicaciones: órdenes, informes, quejas, represiones, informaciones objetivas, notificaciones de contenido ideológico o de principios, notificaciones tendientes a convencer, enseñar o influir, así como notificaciones privadas que nada tienen que ver con las actividades de los miembros orientadas hacia el fin de la organización⁵⁴. Sin cada una de estas prácticas la organización sería impensable. Porque justamente el valor pragmático de la comunicación consiste en dar posibilidad de existencia.

Y aunque pudiera parecer muy obvio el uso de la comunicación y por tanto sería innecesario hablar de la trascendencia de contar con áreas especializadas para fomentar, restituir, corregir o potenciar el uso de la comunicación entre personas, grupos y organizaciones. No obstante la comunicación todavía no alcanza a convertirse en un capital para aprovechar mejor el propio potencial y el de los demás, todavía no hay una decisión seria de invertir en ella, aprovechando su potencial, en tanto ésta es una capacidad para mejorar nuestra calidad de vida individual y colectiva.

Si quisiéramos subrayar el valor estratégico de la comunicación organizacional, desde una función ecológica, ésta estaría dirigida a adaptar armónicamente a las organizaciones con su medio ambiente en virtud de que⁵⁵:

- Garantiza que las organizaciones tomen medidas preventivas para situarse en las mejores condiciones posibles en un ámbito de cambios rápidos y de inestabilidades crecientes.
- Favorece el aprendizaje para responder de manera eficiente y eficaz a los retos del futuro.

Desde una función existencial, la comunicación organizacional estaría dirigida a generar la integración de los propósitos, de las capacidades y de las relaciones de la organización en tanto que⁵⁶:

⁵⁴ KATZ, D. Y KAHN, R., *La Psicología Social de las Organizaciones*. Ed. Trillas, México, 1977, p. 224

⁵⁵ AINCCA, S. C., *Proyecto de Comunicación Organizacional "José Cuervo"*. México, 1999, p. 4. En el sentido de adaptación organizacional, Nosnik afirma que "haber caracterizado el sistema de comunicación organizacional como se ha hecho, nos lleva a pensar que, por lo menos en el contexto de la presente teoría, la comunicación es un medio importante que tiene la organización para adaptarse a los cambios que experimenta como sistema, tanto desde dentro, como desde fuera de ella, y tratar de sobrevivir de manera exitosa", p. 189. De esta manera, Nosnik propone una teoría de los sistemas de comunicación en las organizaciones, en la que procura conservar tanto los aspectos funcionales como estructurales que son típicos de las explicaciones sistémicas y que en varias ocasiones acaban por hacer énfasis uno sobre otro. La propuesta de Nosnik está constituida por tres niveles de abstracción: la organización como un sistema; los aspectos estructurales y funcionales de la organización; y características de un sistema de comunicación en la organización, 165-194 pp. ver NOSNIK, Abraham, "El análisis de sistemas de comunicación en las organizaciones". En FERNÁNDEZ, Collado Carlos (comp.) *La Comunicación en las Organizaciones*. Ed. Trillas, México, 1991.

⁵⁶ Ibidem.

- Promueve una identidad que sirve de base para la personalidad de la organización.
- Motiva la adhesión de los miembros a la misión y visión de la organización.
- Reconoce las diferencias entre las áreas, los grupos y las personas, pero las compromete en un proyecto común de crecimiento y desarrollo.

En este sentido, la comunicación organizacional adquiere un carácter altamente especializado y especializante de tal manera que se percibe como "la capacidad para coordinar las actividades de producción-emisión, distribución-circulación, consumo-uso de información (flujos de información externos e internos), que le permiten a las instituciones reconocer y aprovechar mejor a los públicos internos como su capital más importante y posicionarse mejor en la sociedad bajo una personalidad reconocida y respetada".⁵⁷

De esta manera, por ejemplo, Alma Rosa Alva de la Selva señala que el comunicador organizacional puede ser consultor, asesor, investigador o analista de una organización pública o privada. Añade que la comunicación es básica para la existencia y mejoramiento de una organización. La comunicación más sencilla está propensa a posibilidades casi ilimitadas de error. La comprensión del proceso de la comunicación puede capacitar a un gerente para mejorarla, perfeccionando así el desempeño de su empresa.⁵⁸

De esta forma, desde una perspectiva moderna, por tanto con una visión del y hacia el futuro, es lógico pensar que "la comunicación organizacional no es un gasto, es una inversión que aumenta el capital de información de la organización para asegurar su sobrevivencia, para alcanzar y sostener el crecimiento material y humano, y para mejorar la calidad de vida de la institución".⁵⁹

Siguiendo con el planteamiento ecológico-existencial, la comunicación organizacional tendría sus bases en la identificación concreta de las funciones de la comunicación organizacional:⁶⁰ la gestión, la mediación y la consultoría.

La función de gestión consiste en la generación de acciones de trabajo, de relación y/o consumo a través de la intermediación de información.

La función de mediación consiste en la regulación de tensiones con base en el suministro con carácter preventivo, resolutivo y/o prospectivo de información.

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ Conferencia: *Las Opciones de la Comunicación*, auditorio Ricardo Flores Magón de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 26 de marzo del 2001.

⁵⁹ AINCCA, S. C., *Proyecto de Comunicación Organizacional*. "José Cuervo". México, 1999, p. 5

⁶⁰ JUÁREZ, Chávez Diego, "El valor estratégico de la comunicación", p. 2

La función de consultoría consiste en producir información para la toma de decisiones sobre las políticas, las estrategias, las acciones y/o productos comunicativos adecuados para administrar eficaz y eficientemente los flujos de información internos y externos.

Con lo antes dicho nos queda claro que la comunicación debe estar presente en todos los aspectos que conciernen a una organización: el mercado, la competencia, la tecnología, la inversión económica, las expectativas de los dueños, fundadores y/o socios, los procesos organizacionales, los cambios, los recursos humanos, las relaciones de trabajo y/o personales, los objetivos, entre otros. De tal manera que el nivel estratégico de la comunicación permita instrumentar la directriz de las operaciones, articular estrategias y dar sentido a las acciones en su conjunto, en tanto que la comunicación organizacional atraviesa la vida de cualquier organización. Además si consideramos los planteamientos tradicionales, la interacción comunicativa en las organizaciones puede tomar forma vertical, transversal y/u horizontal.⁶¹

Podríamos seguir exponiendo otros planteamientos más, pero nos interesa destacar cuál es la importancia de la comunicación en AINCCA, S. C. y lo que Miguel Ángel Maciel González opina respecto a esto es: "una actividad estratégica, porque nos permite no solamente el conocimiento de las cosas que tenemos que hacer interna y externamente a nivel de labores, sino también para estar informados sobre las expectativas y los requerimientos que quiere la otra persona lo que nosotros queremos generar. La comunicación puede crear un clima de certidumbre, un clima de orden, un clima de organización lo que permite no sólo tener una adecuada productividad, sino también al menos tener relaciones que nos llenen..."

Los procesos de comunicación –continúa–: "generalmente eran de rumores o de dobles discursos realmente. Se decía una cosa a nivel laboral o se decía una cosa a nivel amistoso y realmente se hacía otra, no había un discurso con razones fidedignas..."

Mientras que Diego Juárez Chávez cree que: "hay una, emm, una... crisis de la comunicación, es decir, la comunicación se convierte en un escenario donde empiezas a construir discursos, este, que ya no están bajo la idea de tratar de generar una comprensión, un entendimiento, sino que se convierte la comunicación en un espacio donde quiero imponer mi visión personal sobre ciertos tipos de aspectos particulares... en AINCCA terminábamos por hablar para

⁶¹ Véase ROBBINS, Stephen P., op. cit., capítulo 9, "Comunicación", 135-149 pp.; DAVIS, Keith, NEWSTROM, John, *El Comportamiento Humano en el Trabajo. Comportamiento organizacional*. Ed. McGraw-Hill, 2ª. ed., México, 1989, capítulo 19, "Comunicación de los empleados", 443-465 pp., y capítulo 20, "Comunicación y relación", 466-489 pp. Y RODRÍGUEZ, Mansilla Darío, op. cit., capítulo VII "Comunicación", 119-136 pp.. Estos autores retoman el esquema de la comunicación según Shannon y Weaver –emisor, codificador, canal, decodificador, receptor y ruido–. Claro que los adaptan e incluso aluden al rumor y a la retroalimentación como elementos que se dan en las organizaciones.

nosotros mismos y ya no nos importaba si el otro nos entendía queríamos darle un argumento contundente para que ya no siguiera hablando.

Como se puede observar, en AINCCA, S. C. la comunicación no fue exactamente lo que en teoría acabamos de exponer, esto significa que se requiere de cierto tipo de disposición e intención por parte de los actores, para poder lograr el entendimiento y con ello, además reducir el gasto de energía, misma que se puede canalizar a los distintos procedimientos de productividad y creatividad, en tanto nos la pasamos transitando de una a otra organización, esto es apostarle a una organización habitable en la cual depositemos y nos depositen la confianza, la comprensión, el desarrollo (profesional, personal, humano, emocional, etcétera), el compromiso⁶², la seguridad, en fin. Claro esto es un ideal, pero habría que reflexionar en lo importante que es la comunicación organizacional y ver cómo capitalizarla y aprovecharla.

Ahora, después de haber caracterizado y descrito nuestro objeto de estudio en el siguiente capítulo, bajo una lógica similar, plantearemos, en un primer momento, la metodología; y por último los resultados de la aplicación de las técnicas empleadas, así como una evaluación, esto para dar una visión más cercana al estudio propuesto en esta investigación.

⁶² A propósito de compromisos comunicacionales, el chileno, Fernando Flores ha elaborado una de las teorías que se ha ocupado del problema de las comunicaciones organizacionales, pretendiendo darles un puesto prioritario en el diseño de las organizaciones. Flores sostiene que en toda conversación los interlocutores expresan compromisos, aunque no tengan clara conciencia de ellos. Estos compromisos, sin embargo, son escuchados por el otro y, de allí, que se produzcan muchas veces dificultades entre los seres humanos, que no están de acuerdo acerca de los términos de los compromisos que hicieron. Flores propone una clasificación de los actos de habla según el cambio que cada uno de ellos provoque. Los actos de habla son directivos si se quiere que el que escucha realice algún tipo de acción en el futuro. Son comisivos, si es el mismo actor que habla quien se compromete a realizar alguna acción futura. Son declarativos, si cambian el mundo en el sentido expresado por ellas. Son expresivos, si representan estados de ánimo del orador. Finalmente son afirmativos, si expresan creencias justificadas de quien habla. En suma, las organizaciones son redes conversacionales en que es posible sistematizar las conversaciones para la acción, de tal manera que se disminuyan los mal entendidos y hacer explícitos los compromisos subyacentes, véase FLORES, Carlos Fernando, *La Empresa del Siglo XXI*, Hachette, Chile, 1990.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA Y RESULTADOS

- 3.1 Muestras de informantes**
- 3.2 Técnicas y metodología empleadas**
- 3.3 Tópicos y preguntas**
- 3.4 Resultados**
- 3.5 Una evaluación de la identidad organizacional de AINCCA, S. C.**

CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA Y RESULTADOS

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar cuál fue el procedimiento para llevar a cabo la investigación de campo y de esta manera abordar el objeto de estudio, en este caso cómo se construyen las representaciones y la identidad de AINCCA, S. C.

Así, lo primero será explicar el tipo de muestras seleccionadas; luego describir las técnicas y la metodología empleadas; para posteriormente presentar los instrumentos con sus respectivos tópicos; dar cuenta de los resultados por cada una de las muestras de informantes, aquí incluimos un par de esquemas para ilustrar sintéticamente los resultados obtenidos; y por último evaluar la identidad organizacional de AINCCA, S. C. a partir de los dominios de las relaciones, propósitos y capacidades existentes.

3.1 Muestras de informantes

Para efectos de esta investigación se utilizaron conforme a los dos tipos de muestreo -el aleatorio y el no aleatorio-, el no aleatorio, en tanto la característica de estas muestras consiste en que no se basan en una teoría matemática sino que dependen del juicio del investigador. Así, dentro de este tipo de muestreo se optó por una muestra razonada o intencionada, "este tipo de muestra supone o exige un cierto conocimiento del universo a estudiar; su técnica consiste en que el investigador escoge -intencionadamente y no al azar- algunas categorías que él considera típicas o representativas del fenómeno a estudiar".⁶³

Y para nuestra segunda muestra de informantes hicimos uso del muestreo aleatorio, dado que en este la característica general es que todos los componentes de un universo tienen la misma posibilidad de ser seccionados. De esta forma, dentro de este tipo de muestreo se eligió una muestra aleatoria simple, porque "constituye la base de todo muestreo probabilístico; consiste en que todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser escogidos directamente como parte de la muestra".⁶⁴

Así, en este trabajo de investigación la primera muestra de informantes fue seleccionada por los siguientes criterios: tiempo, contacto y características del servicio. Esto es, un grupo de personas que hayan permanecido más tiempo en

⁶³ ANDER-EGG, Ezequiel, *Técnicas de Investigación Social*. Ed. Ateneo, Buenos Aires, 1990, p. 186

⁶⁴ *Ibidem.*, p. 183

contacto con la organización, con relación a otro tipo de cursos y/o servicios durante el periodo 1999 al 2001 en AINCCA, S. C., en este caso que hayan cursado algún "Seminario-Taller de Metodología para la Elaboración de Trabajos de Investigación en Comunicación", dado que éste tenía una duración de 100 horas y por lo cual podemos inferir mayor contacto y relación con AINCCA, S. C. Así, obtuvimos su percepción y opinión respecto al servicio que recibieron y la imagen que les haya provocado. Además de las características del servicio, es decir, "el seminario-taller es una modalidad de trabajo que consiste en que un coordinador planifica las actividades en el corto y mediano alcance. Lo cual implica tener el objetivo general del taller y objetivos por sesiones específicamente planeados por un lado y por otra parte, implementación de dinámicas de trabajo que permitan alcanzar los objetivos académicos planteados que ayuden a la integración y a la cohesión grupal; y que permitan la adquisición de una disciplina de trabajo basada en la adquisición de hábitos y habilidades.

Definido el seminario, entonces la función del coordinador es: dar instrucciones; motivar el desempeño individual y grupal; facilitar el desarrollo de actividades; supervisar el trabajo individual y grupal; extender la dinámica interna de trabajo hacia las actividades externas (tareas y avances)".⁶⁵

De esta manera, las personas contactadas fueron: Yolanda Aldaco Albores, Luis Alfredo Andrade De León, Elizabeth Mata Závala, Javier Amado Rodríguez Domínguez y Elizabeth Manjarrez Aldama.

Y la segunda muestra de informantes fue seleccionada por el criterio de: accesibilidad y contacto para ser entrevistados, en este caso, estuvo integrada por dos de los fundadores de AINCCA, S. C., Diego Juárez Chávez y Miguel Ángel Maciel González. La composición de esta muestra obedece a la intención de conocer la visión más completa desde su origen y gestación de la empresa; además de contar con los datos y elementos que nutrieran la investigación y a su vez ofrecieran los aspectos que den cuenta de la construcción de representaciones e identidad de AINCCA, S. C., es decir con una postura desde adentro. Mientras que en la primera muestra la perspectiva fuese una versión desde afuera pero dentro de.

A continuación se describirán las técnicas y metodología empleadas para la obtención de información.

⁶⁵ AINCCA, S. C., *Evaluación*. México, 2000, p. 16

3.2 Técnicas y metodología empleadas

Una vez seleccionadas las muestras se procedió a aplicar técnicas de investigación. En la primera muestra de informantes, se utilizó como técnica el cuestionario definido como: "un instrumento de recopilación de datos, rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación. Esta operacionalización se realiza mediante la formulación escrita de una serie de preguntas que, respondidas por los sujetos de la encuesta, permiten estudiar el hecho propuesto en la investigación o verificar hipótesis formuladas".⁶⁶

El tipo de cuestionario aplicado fue el post-codificado, en tanto que se construyó con preguntas abiertas, éstas "son aquéllas en las que el interrogado construye la respuesta con su propio vocabulario, diciendo cuanto desea sobre la cuestión planteada y sin tener ningún límite alternativo para su respuesta".⁶⁷

Con esta técnica se pretendió, en términos generales, conocer qué imagen (representación) tienen de AINCCA, S. C., qué les proyectó y qué opinan sobre el servicio recibido y cómo se percibieron en el ser de AINCCA, S. C. (identidad).

Para la segunda muestra, la técnica de la cual se hizo uso fue la entrevista, la cual consiste en: "una conversación entre dos personas por lo menos, en la cual uno es el entrevistador y otro u otros son los entrevistados; estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas acerca de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional. Como técnica de recopilación va desde la interrogación estandarizada hasta la conversación libre; en ambos casos se recurre a una <guía> o <pauta> que puede ser un formulario o un esquema de cuestiones que han de orientar la conversación".⁶⁸

De esta manera, conversamos con dos de los fundadores de AINCCA, S. C. formalmente, por obvias razones, son ellos los que poseen el conocimiento y cuentan con la experiencia desde su posición como gestores de esta organización y porque buscamos obtener información respecto a la definición-concepto de AINCCA, comportamiento, la proyección-imagen, elementos de identificación y recuerdos, servicio, valores de esta organización, experiencia, expectativas, alcances y limitaciones, lo recibido, lo ofrecido, elementos significativos, conflictos, capacitación, entre otros tópicos. Porque creemos que eso da cuenta de la construcción de representaciones y la identidad de AINCCA, S. C., aunque, en principio, sostenemos que la identidad es una representación (imagen).

Cabe señalar que para llevar a cabo esta investigación recurrimos a técnicas como la observación y entrevistas en profundidad, para poder

⁶⁶ ANDER-EGG, Ezequiel, op. cit., p. 273

⁶⁷ Ibidem., p. 275

⁶⁸ Ibidem., 226

comprender el objeto de estudio, aunque formalmente no lo tenemos establecido nos han permitido ir nutriendo el trabajo de investigación, documentándolo y dar cuenta de ello, como se puede observar en el capítulo anterior y en todo el trabajo. Así, las entrevistas cualitativas son descritas como no directivas, no estructuradas, no estandarizadas y abiertas. Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras⁶⁹.

Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, el propio investigador es el instrumento de la investigación. El rol implica no sólo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas. La guía de la entrevista no es un protocolo estructurado. Se trata de una lista de áreas generales que deben cubrirse con cada informante. En la situación de entrevista el investigador decide cómo enunciar las preguntas y cuándo formularlas. La guía de la entrevista sirve solamente para recordar que se deben hacer preguntas sobre ciertos temas. Tenemos que sondear los detalles de las experiencias de las personas y los significados que éstas les atribuyen.

Y en cuanto a la observación, ésta será: “un procedimiento de recopilación de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes y a la gente en el contexto real en donde desarrolla normalmente sus actividades. Mediante la observación se intentan captar aquellos aspectos que son más significativos de cara al fenómeno o hecho a investigar para recopilar los datos que se estiman pertinentes”.⁷⁰

En suma, cabe resaltar que este trabajo de investigación se inscribe en una lógica que obedece a la de los métodos cualitativos, en tanto, hemos focalizado el abordaje de nuestro objeto de estudio. Esto responde a que los métodos cualitativos hacen énfasis en el estudio de procesos sociales, en este caso en la construcción de representación y la identidad de AINCCA, S. C., así “el supuesto ontológico fundamental es que la realidad se construye socialmente y que, por lo tanto, no es independiente de los individuos. A diferencia de los métodos cuantitativos, que se concentran en el estudio “objetivo” de fenómenos externos a los individuos, los métodos cualitativos privilegian el estudio “interpretativo” de la *subjetividad* de los individuos, y de los productos que resultan de su interacción. El aspecto sociológico central de esta perspectiva se refiere al *significado* que la realidad tiene para los individuos y la manera en que estos significados se vinculan con sus conductas”.⁷¹

⁶⁹ TAYLOR, S. y BOGDAN, R, *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*. Ed. Paidós, Madrid, 1995, p. 101

⁷⁰ ANDER-EGG, Ezequiel, op. cit., p. 197

⁷¹ CASTRO, Roberto, “En busca del significado: supuestos, alcances y limitaciones del análisis cualitativo”. En: *Para Comprender la Subjetividad*. SZASZ, Ivonne y LERNER, Susana. El Colegio de México, México, 1996, p. 64.

Asimismo, nos parece pertinente indicar que mientras para los métodos cuantitativos el nivel de realidad analizado es objetivo, para los métodos cualitativos es subjetivo. Mientras que para los cuantitativos la causalidad de los fenómenos colectivos son las leyes, para los cualitativos son las contingencias. Mientras que para los cuantitativos el tipo de conocimiento generado es la explicación, para los cualitativos es la comprensión. Mientras que el nivel de análisis para los cuantitativos es macro, para los cualitativos es micro. Mientras que la forma de análisis de los cuantitativos es la deducción, para los cualitativos es la inducción. Mientras que el tipo de conceptos de los cuantitativos son definitivos, para los cualitativos son sensibilizadores. Y mientras que para los cuantitativos el tipo de ciencia social es explicativa y sintética, para los cualitativos es descriptiva, analítica y exploratoria.⁷²

De esta manera, conforme al interés de este trabajo, la utilidad y la pertinencia optamos por los métodos cualitativos para abordar nuestro objeto de estudio, porque consideramos que a partir de esta lógica subyacerían los elementos que nos dieran cuenta "significativamente" de las representaciones y la identidad de AINCCA, S. C. Así, planteados dichos argumentos, en el siguiente apartado presentaremos los tópicos (temas generales) sobre los cuáles versaron los cuestionarios y las entrevistas, es decir, las preguntas hechas a nuestros informantes.

3.3 Tópicos y preguntas

Conviene reiterar que tanto para los cuestionarios como para las entrevistas utilizamos una construcción estructural, esto significa que conformamos, previamente, un formulario como instrumento, para hasta cierto punto controlar las respuestas. Así, las preguntas fueron abiertas, porque deseamos como parte de la investigación que a partir de las respuestas se evocarán⁷³ referentes libres y con

⁷² Ibidem., p. 66 y ss.

⁷³ Como ya habíamos anunciado en el primer capítulo, las representaciones son intersectadas por dos esferas: lo psicológico y lo social; y conforme a nuestro objeto de estudio: las representaciones y la identidad de AINCCA, S. C., Para Zavalloni, el concepto de identidad psicosocial se inscribe en la corriente teórica la perspectiva de la cual es <analizar cómo se articulan los ejes, psicológico y sociológico, que definen al individuo>. Bajo esta perspectiva, se concebiría la identidad psicosocial como si se tratara de una estructura cognitiva ligada al pensamiento representacional. Al considerar la identidad psicosocial como una estructura cognitiva, Zavalloni pasa a introducir un nuevo instrumento de exploración: el inventario de la identidad social. Con este método, se trata de descubrir las relaciones funcionales entre la conciencia subjetiva de la identidad (identidad personal) y los atributos sociales objetivos (identidad social). El inventario de identidad social se compone de dos fases: 1) los sujetos deben decir lo que les viene a la mente (asociaciones libres) cuando evocan a los miembros de un grupo al que pertenecen, aludiendo o pensando en "nosotros los..." o "ellos los..."; y 2) la introspección focalizada, la que permitirá llegar a ciertas estructuras subyacentes del contenido de la identidad, particularmente en dos dimensiones: el egomorfismo y la recodificación de los "conceptos-estímulos. El inventario de la identidad social permite desvelar la estructura cognoscitiva representacional de la identidad. El objeto del inventario de la identidad social es tener acceso a los principios de organización de la identidad subjetiva, a la estructura

ello dejar la libertad a nuestros informantes de que articularan un discurso que nos diera cuenta de la construcción de representaciones sobre AINCCA, S. C., por una parte y por la otra, aunque la decodificación de resultados corre el riesgo de tener una interpretación, por ende también, abierta y subjetiva, pero describe, analiza y explora el objeto de estudio abordado, además de comprenderlo.

De esta manera, los tópicos pueden entenderse como los temas en torno a los cuáles giraron nuestras preguntas y que sirvieran como guía para la elaboración de las preguntas tanto de los cuestionarios como el de las entrevistas. Conforme a lo anterior se pueden citar los siguientes:

- Definición y/o concepto de AINCCA, S. C.
- Proyección e imagen de AINCCA, S. C.
- Elementos de identificación y recuerdos sobre AINCCA, S. C.
- Servicios y/o productos recibidos por AINCCA, S. C.
- Valores de AINCCA, S. C.
- Origen y surgimiento de AINCCA, S. C.
- Autodefinición de AINCCA, S. C. y personal
- Comportamiento organizacional
- Relaciones personales y de trabajo en AINCCA, S. C.
- La comunicación en AINCCA, S. C.
- Cambios, evolución, transformaciones, contradicciones y experiencia de AINCCA, S. C.
- Alcances y limitaciones de AINCCA, S. C.
- El poder en AINCCA, S. C.
- La cultura organizacional
- Expectativas de AINCCA, S. C.
- Significación de AINCCA, S. C.
- Conflictos y problemas organizacionales
- Visión y misión de AINCCA, S. C.
- Concepción de AINCCA respecto a su entorno y clientes-usuarios
- Importancia de la capacitación organizacional y en AINCCA, S. C.

cognoscitiva subyacente de la identidad subjetiva. Y si bien es cierto que, por ahora, no es de nuestro interés primario o directo el establecer la organización de la identidad subjetiva, es cierto que preguntamos de manera abierta y libre, sin perder de vista los puntos de vista personales (subjetivos) y al mismo tiempo la vinculación con los otros, es decir, tanto en la muestra 1 como en la 2 focalizamos/personalizamos –categorías subjetivas– y al obtener imágenes asociadas a lo social –categorías objetivas– se están construyendo representaciones. Véase DOISE, Willem, DESACHAMPS, Jean-Claude y MUGNY, Gabriel, *Psicología Experimental. Autonomía, diferenciación e integración*, Ed. Hispano Europea, España, 1980, 60-74 pp.

Estos tópicos incidieron en el objetivo principal de este trabajo de investigación, es decir, buscamos información que nos diera cuenta de la construcción de representaciones y la identidad de AINCCA, S. C.. A continuación presentamos cuál fue el instrumento utilizado para la primera muestra de informantes y después el empleado para la segunda muestra.

Cuestionario:

Nombre: _____
Seminario, curso, taller o servicio recibido en AINCCA, S. C.: _____

1. -¿Qué imagen tienes de AINCCA, S. C.? _____

2. -¿Cómo definirías a AINCCA, S. C.? _____

3. -¿Qué imagen te proyectó AINCCA, S. C.? _____

4. -¿Qué te ofreció AINCCA, S. C.? _____

5. -¿Qué esperabas de AINCCA, S. C.? _____

6. -¿Cómo calificarías el servicio que te brindó AINCCA, S. C.? _____

7. -¿Te sentías identificado (a) en AINCCA, S. C., por qué? _____

8. -¿Qué recuerdas de AINCCA, S. C.? _____

9. -¿Cuáles fueron los problemas a los que te enfrentaste en AINCCA, S. C.?

10. -¿Cómo o de qué manera los resolviste o los resolvieron otros? _____

11. -¿Cómo crees que te percibían en AINCCA, S. C.? _____

12. -¿Cuál (es) de los valores de AINCCA, S. C. se vio mayormente fortalecido durante tu estancia en esta organización? _____

13. -¿Qué elemento crees que le faltó a AINCCA, S. C. por proyectar? _____

14. -¿Cómo te sentiste al participar en el taller, seminario, o curso ofrecido por AINCCA, S. C.? _____

15. - Escribe alguna sugerencia, recomendación o algo que quisieras agregar

Las preguntas en torno a las cuales giró la conversación (entrevistas) con los miembros fundadores de AINCCA, S. C. fueron las siguientes:

- ¿Cómo surge AINCCA?
- ¿Quiénes conforman AINCCA?
- ¿Cómo definirías el comportamiento de los miembros de AINCCA?
- ¿Cómo definirías tu propio comportamiento en AINCCA?
- ¿Cómo se dan las relaciones personales y de trabajo entre los miembros de AINCCA?
- ¿Cómo se dan los procesos de comunicación en AINCCA?
- ¿Cómo se define AINCCA?
- ¿Qué desea proyectar AINCCA hacia los otros?
- ¿Qué tipo de cambios se dan en AINCCA y cómo son percibidos por los miembros de AINCCA?
- ¿Cuáles son los alcances y las limitaciones de AINCCA?
- ¿Cuál es la experiencia de AINCCA?
- ¿Cómo se presenta la evolución de AINCCA?
- ¿Cuáles son las transformaciones, cambios y contradicciones de AINCCA?
- ¿Cuál es la importancia de la comunicación en las organizaciones?
- ¿Cuál es la importancia del ejercicio del poder en las organizaciones?
- ¿Qué podríamos entender por cultura organizacional?
- ¿Qué tipo de cultura se genera en AINCCA?
- ¿Qué esperabas de AINCCA?
- ¿Qué le has ofrecido a AINCCA?
- ¿Qué has recibido de AINCCA?
- ¿Cómo visualizabas a AINCCA?
- ¿Qué significa para ti AINCCA?
- ¿Te sientes identificado con AINCCA?
- En general la gente que recibió o tuvo contacto con AINCCA ¿se sentía identificada, por qué?
- ¿Qué te aporta o te deja AINCCA?
- ¿Qué piensas del conflicto en las organizaciones?
- ¿Cuáles fueron los principales problemas a los que se enfrenta AINCCA y cómo los resuelve?
- ¿Cómo concibe AINCCA a sus clientes-usuarios?
- ¿Cómo te auto defines?
- ¿Cuál es la importancia de la capacitación en las organizaciones?
- ¿En AINCCA cómo se concibe a la capacitación y cómo se da?
- ¿Cuáles de los valores de AINCCA crees que se vea mayormente fortalecido y por qué?
- ¿Cuál de esos valores te gustaría que se recalque y defina los lineamientos de AINCCA?
- ¿Cuál es la visión de AINCCA?
- ¿Qué alcances tiene la misión de AINCCA?
- Algo que tú quieras agregar

3.4 Resultados

En este apartado nos ocuparemos de mostrar lo más relevante y significativo para abordar nuestro objeto de estudio así como sus componentes; primero se plantearán los resultados de la muestra 1 y luego lo encontrado en la muestra de informantes 2. Se puntualizará por cada uno de los tópicos y se intercalará entre cada uno de los puntos su respectiva interpretación con la intención de ir evidenciando algunos elementos fundamentales para posteriormente considerar y reflexionar en el siguiente capítulo. Cabe señalar que para mayor precisión y si se desea consultar la totalidad de datos obtenidos en la investigación de campo recomendamos consultar el anexo 1 y el anexo 2, los cuáles corresponden a las tablas de vaciado⁷⁴ de cada una de las muestras seleccionadas. Cabe agregar que el levantamiento de información de las dos muestras fue llevado a cabo del mes de junio al mes de agosto del 2001.

Resultados de la muestra 1:

*En tanto afirmamos que la identidad es una representación, y ésta nos remite en términos generales a una imagen, en este caso, la imagen de AINCCA, S.C. a la luz de la muestra 1 encontramos que: les dio una imagen de profesionalismo, de compromiso, de una empresa que apoyaba la capacitación y asesoraba con método e investigación en materia de comunicación.

*En lo que respecta a la definición de AINCCA, S.C., esta muestra de informantes la ubicó como una empresa de consultoría en investigación en comunicación con consultores y asesores expertos que ofrecían diversos servicios de investigación para empresas y personas. Además, como una organización con un buen proyecto y profesionales con mucha dedicación. Aunque algunos de los elementos que le faltó a AINCCA, por proyectar fueron: un poco más de estructura, es decir, no había buena delimitación de funciones y faltó transmitir más coordinación y unión.

*En lo que concierne al servicio recibido, estos informantes señalaron que AINCCA les ofreció asesoría personal, metodología, herramientas, apoyo. En este sentido, destacó puntualmente Yolanda Aldaco Albores: "me ofrecieron un traje a la medida de mis necesidades". En general, la calificación del servicio que recibieron fue bueno, con profesionalismo y con reglas. Y al participar en el "Seminario-Taller de Metodología para la Elaboración de Trabajos de Investigación

⁷⁴ Las tablas de vaciado son una herramienta, instrumento. Concentrado de información que se estructuró como una matriz de doble entrada, esto es, dos columnas: la primera se refiere al informante; y la segunda a la pregunta. De este modo se puede hacer una lectura en abanico, es decir, se tienen varias respuestas a una misma pregunta, las cuales corresponden a los diferentes informantes, primer anexo (primera muestra); y en el segundo anexo (segunda muestra), bajo esta misma lógica, se pueden observar comparativamente.

en Comunicación” manifestaron haberse sentido bien, sobre todo por el ambiente, la dinámica para trabajar y la seguridad para sacar adelante las investigaciones.

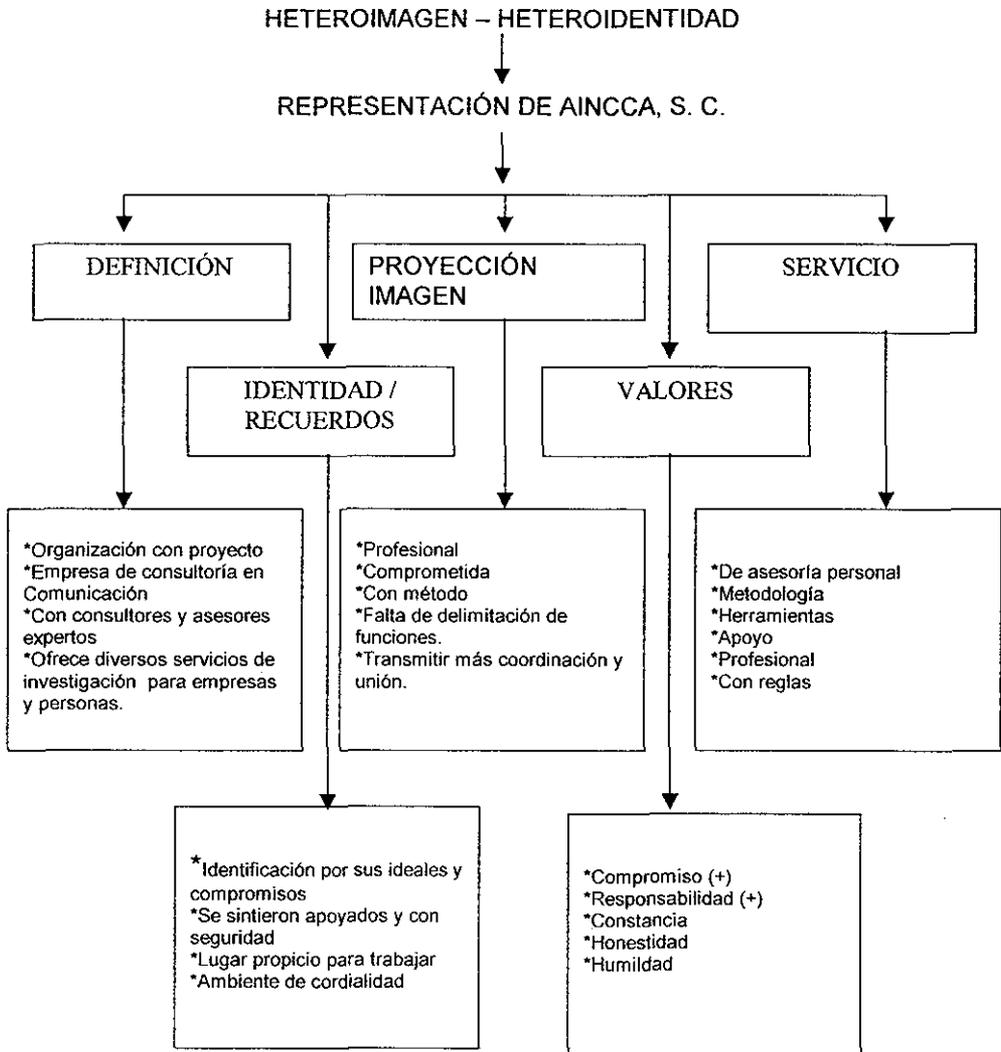
*Otro elemento importante para dar cuenta de las representaciones es el hecho de saber qué tan identificados se sentían en AINCCA, S. C. y qué era lo que recordaban. Así, los informantes afirmaron que sí se sintieron identificados, en particular por sus ideales y compromisos, se sintieron a gusto porque percibieron apoyo por parte de los asesores y coordinadores para cumplir en los tiempos establecidos sus trabajos de investigación. En cuanto a lo que recordaron, en general y lo más importante fue: el lugar -propicio para trabajar-, la metodología y el ambiente de cordialidad.

*Respecto a los problemas que esta muestra enfrentó durante su estancia de trabajo en AINCCA, S.C., los informantes dijeron que el tiempo es un factor primordial para dedicarse más, tanto del que da el servicio, así como del que lo recibe; la puntualidad por ambas partes y la comunicación. Sin embargo, esto que apuntaron, paulatinamente se fue resolviendo.

*Con relación a los valores que AINCCA, S. C. logró fortalecer y de alguna manera evidenciar en esta muestra fueron: mayormente el compromiso y la responsabilidad; seguidos en menor medida por la constancia, la honestidad y la humildad. Cabe destacar que estos valores corresponden con lo delineado y planteado “formal y oficialmente en documento” por la misma organización (ver apartado 2.4 Superestructura de AINCA, S. C.).

*Por otra parte, algunas de las sugerencias, recomendaciones referidas incidieron en: “Todo el equipo de una organización debe ser experto. Es muy importante contar con un equipo sólido, profesional y estable, para facilitar la información y el trabajo de asesoría y consultoría. Además sobresale, que se evalúe constantemente el desempeño de la gente y que exista más coordinación entre las partes interesadas.

Como se puede observar en esta muestra de informantes, por lo referido, encontramos, en general, una buena imagen, un buen servicio, cierto grado de identificación, desde fuera, esto es, los informantes con una óptica del exterior hacia el interior de esta organización evidencia una serie de características y rasgos que dan cuenta de una “heteroimagen”, es decir, una representación desde afuera. En resumen y para ilustrar los resultados mostramos el siguiente esquema:



(+) constante incidencia

Resultados de la muestra 2:

Ahora, describiremos algunas de las coincidencias y diferencias que se encontraron en la muestra 2 de informantes, en este caso por parte de dos de los miembros fundadores de AINCCA, S. C., veamos.

*Respecto al comportamiento en AINCCA, S. C., éste parece ser muy problemático, en cuanto a las relaciones, porque en esta organización se vio un lugar propicio para la competencia. Aunque la afectación de las relaciones no solamente se debe a AINCCA, existen problemas personales que influyeron, así los rasgos de comportamiento personal se manifiestan de una u otra manera en todas nuestras relaciones y grupos de pertenencia. En este sentido, por ejemplo, Diego Juárez Chávez manifestó: "parte del comportamiento de competencia que ejercíamos ahí con otros miembros lo ejercíamos con otros compañeros en otros espacios de trabajo... yo pienso que cuando una persona tiene un comportamiento no sólo lo expresa en un ámbito, claro, si cambia la forma en que se expresa dependiendo de las características del ámbito...".

Podríamos, entonces inferir a partir de lo anterior que en una organización se puede manifestar una forma de ser como organización en función de las personas que la conforman y de acuerdo a cómo la van construyendo/deconstruyendo, aunque cabe aclarar que solamente es un elemento. Por su parte, Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S. C. reconoció que su comportamiento era conflictivo, pero al mismo tiempo aportaba buenas ideas a propósito del trabajo... "y actuaba en función de cómo me convenía a mí como empleado y como dueño también de la organización".

*En lo que respecta a lo que AINCCA, S. C. deseaba proyectar hacia los otros, encontramos: profesionalismo, ética, responsabilidad, confianza, no sólo a quienes como amigos nos solicitaron algún servicio, sino a toda la serie de clientes y a la gente interna que trabajaba, sobre todo como una categoría que nos permitiera enlazarnos adecuadamente con las personas que solicitaban de nuestros servicios. Además, en un primer momento AINCCA trata de proyectar: definirse como un espacio sociocultural, que puede ser un espacio de oportunidad para el desarrollo profesional, para el desarrollo intelectual, para el desarrollo personal y de alguna manera trata de presentarse así, de construirse así. Y en un segundo momento, cuando se transforma en empresa, se empiezan a atravesar lógicas de productividad, eficacia-eficiencia, por lo menos en la intención, no creo que en un sentido práctico, realmente operara, y entonces en ese momento, por ejemplo se trata de vender como una empresa abiertamente como una empresa que ofrece un servicio y se trata sobre todo, ya en este caso, pensando en los clientes de vender como una empresa que puede ofrecerle alternativas, aparentemente novedosas, para enfrentar sus problemas de cultura organizacional, de comportamiento organizacional, de políticas organizacionales y problemas estructurales en la definición de lo que puede ser la identidad de una

organización, porque era incongruente con lo que estaba pasando al interior de la organización. Es aparente porque es incongruente, es decir, se trata de vender un servicio que no había logrado consolidarse en términos de cultura y de comportamiento en el seno mismo de la empresa, apuntó Diego Juárez Chávez.

Como se puede observar no persiste una representación común, por lo menos manifiesta en el discurso, por parte de estos miembros fundadores de AINCCA, S. C. lo cual sin duda nos remite a cuestionarnos ¿cómo es posible proyectar una imagen con contradicciones de identidad al interior? lo que por supuesto no implica que esté bien o mal, simplemente demuestra una paradoja. Aunado a lo anterior, si consideramos lo señalado por la muestra de informantes 1, que recibieron un servicio por parte de esta organización, si se logra introyectar una imagen homogénea y con rasgos de personalidad como organización.

*Sobre los alcances y limitaciones de AINCCA, S. C., en cuanto al trabajo y la generación de productos y servicios hay coincidencia entre los miembros fundadores, señalaron que hubo éxito y satisfacción, sin embargo, precisó Diego Juárez Chávez "yo creo que sus alcances están dados por la capacidad individual, yo creo que había mucha gente brillante; se generan productos que daban muestra de la calidad intelectual, eso yo creo que era un logro... incluso la competencia de pronto medio insana era también motor para esforzarme por proyectar cierto tipo de cosas que eran brillantes, que en manos de otras personas pudieron tener consecuencias mejores, pero que nosotros ni siquiera lográbamos apreciar en lo personal como gestores de ese producto y los otros como cogestores directos o indirectos tampoco lograron apropiarse, nunca existió, si te fijas una idea de lo colectivo, de lo grupal, de lo institucional, de lo organizacional, no existió, entonces, esos productos que son más resultado de los esfuerzos individuales nunca lograron incluso ser una especie de bandera que nos permitiera, digamos encabezar, en términos ya de una empresa que vende algo: "este producto lo he generado y te lo estoy vendiendo", ¡no!, siempre hubo desinterés, desatención, aún cuando lograban articularse dos o tres personas para generar cosas, había otros tres o cuatro que se desentendían de eso que se generaba, que no eran capaces de defenderlo como un producto que nos representaba, porque estaba escindida esa lógica de lo colectivo, de lo que era el trabajo personal y nunca dejaba de haber protagonismos que trataban de ponerse la camiseta y de hacer valer su trabajo individual y su esfuerzo personal en ese producto y tratar de imponerlo como "yo sí hice, la bandera de yo sí hice y tú no hiciste nada", eso era también un obstáculo para poder incorporarlo, nunca se articula como un proyecto de grupo".

Con lo anterior podemos observar que la construcción de representaciones, independientemente a la idea de que éstas cobran vida a partir de la intersección de lo individual y lo colectivo, en AINCCA, S. C., la representación que impera es la personal, vemos también que el compartir puede generar beneficios no sólo en lo particular, sino en lo colectivo y a pesar que ese "ponerse la camiseta" para lograr proyectar una imagen-identidad con rasgos propios de una organización no se logra del todo porque para ello se requiere de un esfuerzo enorme que abarca

muchas cosas, desde la sensibilidad y conciencia de lo importante que es estar cohesionado como grupo al interior, para luego o simultáneamente proyectarlo hacia los otros y lograr una verdadera articulación.

*En lo que respecta a la experiencia de AINCCA, S. C. se demuestra que es mucho lo aprendido, sin embargo "a nivel grupal se gestó un ego en términos de pensar que éramos autosuficientes, en lugar de a lo mejor haber recurrido para la gestión de nuestro proyecto también a una empresa consultora..." declaró Diego Juárez Chávez. Mientras que Miguel Ángel Maciel González coincidió al señalar: "yo creo que entramos muy inexpertos, generamos una organización que le apostaba fundamentalmente a adquirir saber, conocimiento, fue muy buena experiencia de trabajo, labores... creo que fue una evolución progresiva, en un inicio, al incorporar capital simbólico y capital material que fuimos aprovechando poco a poco".

Esto nos da cuenta de que se parte del desconocimiento al conocimiento del proyecto, de los integrantes y de todo lo que implicaba la experiencia, esto iba en aumento, pero al mismo tiempo el desencanto y la desvirtualización de la idea de cooperativa; lo cual nos conduce a mirar que la comprensión conlleva a un profundo auto conocimiento y a una formación especial para poder interactuar con los otros, porque la concepción individualizada difiere respecto a la representación, que en apariencia se había construido colectivamente.

*Respecto a las expectativas, Miguel Ángel Maciel González, nos reveló: "Esperaba crecimiento, esperaba conocimiento, experiencia, obviamente tener un nicho de trabajo propio, particular que me orgulleciera por tener las capacidades para poder aplicarlo, también tener un sitio de dónde vivir que al corto plazo yo dejara las actividades académicas, para dedicarme cien por ciento a lo que fuera la empresa, eso era lo que esperaba básicamente de ello". Y por su parte Diego Juárez Chávez nos comentó: "Creo que espere al principio realizar un proyecto... un sueño, que como todos los sueños tenía mucho de fantasía y también de perversión. La idea de una cooperativa, sin, sin realmente haber hecho un proceso auto crítico para ver si yo mismo tenía la legitimidad de propeoplantear...".

Como se ve: lo esperado supera a lo que en la práctica se dio, sin embargo esto da cuenta de lo importante y significativo que puede ser la idea de intercambiar puntos de vista, de crear, de gestar, de retroalimentarse, de construir, de compartir, de crecer y desarrollarse personal, laboral y profesionalmente. Sin embargo la interacción implica compromiso, comprensión, responsabilidad y enormes ganas de hacer las cosas.

*En lo relacionado a lo ofrecido a AINCCA por parte de estos dos fundadores encontramos que Miguel Ángel Maciel González comentó: "yo creo que le ofrecí en una parte trabajo, disciplina, responsabilidad, desde el punto de vista positivo, pero yo creo que también le puse la perversidad, el chisme, el doble discurso, la perversidad en el poder... yo creo que esos dos niveles de ambivalencia fueron los que yo deposité en la organización, en todo momento,

para labores, para las personas, para todo caso". Y Diego Juárez Chávez destacó "pasión con todo lo que la pasión tiene de perverso y noble. A lo mejor más de perverso que noble en este caso, pero sí, o sea, hubo, hubo esa idea... y creo que al final... el involucrarme con esa pasión, finalmente, me permitió ver que era una persona incongruente, que era una persona inconsistente y que era una persona inconsciente. Eso creo que le puse a AINCCA: incongruencia, inconsistencia e inconsciencia".

Aquí, en este rubro se puede connotar que de una u otra manera se depositan elementos personales en la organización y en el momento de relacionarse con los otros, donde lo aparentemente negativo, también conlleva cosas positivas, porque no necesariamente los problemas personales limitan del todo la capacidad de producir y ser creativos, como parte del ser humano encontramos ambivalencia, contradicciones y paradojas.

*En lo concerniente a lo recibido por AINCCA, S. C., Miguel Ángel Maciel González apuntó "Yo recibí muchas satisfacciones a nivel de aprendizaje, satisfacciones a nivel personal, no las que yo hubiera querido, aprendizaje, todo eso. Yo creo que es muy importante el hecho de que pudimos desarrollar un principio de orden, para estar ahí trabajando sin algún tipo de problemática". Y por su parte Diego Juárez Chávez puntualizó "creo que recibí un golpe muy fuerte de la vida, así lo veo yo, que trato de aprovechar, creo que todavía no del todo, porque, porque hay varias cosas relacionadas con AINCCA y fuera de AINCCA, pero que, que quiero utilizar para, para sensibilizarme como ser humano. Yo creo que hay roles en la vida que queremos asumir y que nos vemos obligados a asumir: las dos cosas, este que.. nos alejan de nosotros mismos... yo creo que sin AINCCA sería inexplicable yo, porque fue una cosa muy significativa en la que hubo un desgaste muy fuerte, mucha pasión, o sea muchas cosas involucradas, pero también hay que aceptarlo como algo que me expusó ante mí mismo, yo sé que ante los demás, pero sobre todo ante mí mismo. Quería ver la parte bonita de mí: la parte agradable, la parte inteligente, la parte solidaria y no quería ver la otra parte: mi parte intolerante, mi parte dictatorial, mi parte coercitiva, mi parte dogmática, en fin".

Indudablemente el hecho de haber sido parte de una organización y más aún la perspectiva como fundador de AINCCA nos da cuenta de lo importante que esta experiencia genera en lo personal y profesional, porque lejos de la formalidad que puede implicar un proyecto como este, el alcance y las limitaciones personales de una u otra manera se ven afectadas y al mismo tiempo la construcción de representaciones que mucho tienen su origen en la incorporación de lo social como individuo, la experiencia adquirida, el conocimiento, las creencias, los valores y la información que nos dota, entre otras cosas de identidad como personas en lo individual, también refleja algunos de los rasgos de los grupos de adscripción a los que hemos pertenecido y que continuamente en los grupos, organizaciones e instituciones por los cuales transitamos en la vida cotidiana van sedimentando una forma de ser, una imagen, una representación específica e inacabada, con ello confirmamos que dialécticamente las

representaciones y la identidad sufren modificaciones y confieren cierta flexibilidad a nuestro operar cognitivo y por ende nuestra visión del mundo se ve afectada y al mismo tiempo se construye/deconstruye, aunque impere una base, modelo o patrón de hacer, pensar y decir de carácter individual.

*Respecto al significado de AINCCA para Miguel Ángel Maciel González fue: “Bueno, en estos momentos no tengo una percepción, mmm vamos negativa, yo creo que me pareció un buen proyecto, me sigue pareciendo una gran idea, una gran oportunidad, el problema quizá no... no está en la empresa..., como proyecto es excelente idea, lo que necesitamos es que nosotros seamos proyectos al alcance de la misma empresa. Nos rebasó el proyecto, no estuvimos a la medida, ni a las circunstancias particulares de lo que pudimos haber generado como organización, creo que como seres humanos nos limitamos mucho por nuestras propias lógicas de personalidad y la empresa estaba, no la pudimos mantener y se nos fue, no fue un fracaso, pero si una advertencia, para si queremos hacer algo en el futuro”. Mientras que para Diego Juárez Chávez significó “una experiencia muy importante que significa muchas cosas por todo lo que implicó, en términos personales; dedicarle un espacio de mi tiempo y de mi vida, haciendo a un lado otras cosas”.

Como ellos nos indicaron, AINCCA, S. C. es una experiencia que marca una parte de sus vidas en tanto lo aprendido, lo vivido, lo experimentado y lo logrado y lo no logrado, constituyen elementos de sus propias historias de vida; lo cual por supuesto también es un aspecto que permite tener una percepción respecto a las organizaciones diferente, es decir, el pertenecer o haber sido parte de una organización. Esta experiencia se extiende a otros ámbitos, entonces una organización es un espectro muy amplio que sin duda trastoca lo esencialmente formal, va más allá.

*En lo concerniente a la identificación que sentían en AINCCA, S. C., Miguel Ángel Maciel González nos planteó: “Si me sentía identificado, me sentía identificado con las personas, con el aprendizaje, con todo aquello que lo simbolizaba, no siempre, creo que había situaciones en las que a veces mi misma lógica de pensamiento y algunas personas hacían que no me sintiera yo parte de la propia empresa, como que en algunas ocasiones era visualizado como un tercero, como tercero en el sentido en que no era dueño o como que no se me tomaba en cuenta para algunas consideraciones... para tomar decisiones importantes”. Y Diego Juárez expresó: “No en ese momento, creo que era ficción. Ahora me siento identificado, me identifico con AINCCA como un lugar de la vida, donde como muchas cosas de la vida... puedes saber quién eres realmente. En aquel momento no, porque primero me identifiqué con un ideal que nunca fue AINCCA, luego... me identifique con ciertos aspectos particulares que nunca lograron ser AINCCA... ahora estoy identificado con AINCCA cuando no existe, cuando ya pasó o cuando verdaderamente existe, porque existe como una experiencia... emm que puedo recuperar, desde el punto de vista, de su lado creativo y productivo, lo que me permite aprender...”.

Esto nos lleva a pensar que la identificación, en un primer momento de relación con los otros, en este caso con los miembros de AINCCA, S. C., y luego con lo que verdaderamente puede dar cuenta de la identidad o imagen de sí mismo respecto a la mismidad y a la otredad, para consolidar una representación como organización, tiene que ver más con lo desconocido, con lo que como persona aspiramos, con los ideales, con el proyecto AINCCA. Además, lo que en un segundo momento se da, es decir, la propia realidad, el devenir cotidiano de hacer y lo que implica, nos aleja de esa identidad realmente arraigada. Esto entonces significaría que, el hecho de creer ser de una manera no necesariamente se traduce en el ser así, claro esa creencia se apoya en ese deseo de ser, de aspirar, de tener la expectativa, de plantear el proyecto, sin embargo, la constante para el logro de identidad puede seguir siendo ese ideal, esa aspiración, es como la fuerza motriz. Pero para hablar en términos reales tanto de identidad personal como organizacional habría que acercar esa distancia entre la vida personal (autoidentidad) y esa aspiración organizacional que abarca una forma de hacer la vida personal y la vida social.

En este mismo sentido, hablando de identificación por parte de la gente que recibió algún servicio o tuvo algún contacto con AINCCA, pero desde la percepción y la opinión de sus fundadores encontramos que Miguel Ángel Maciel González percibió lo siguiente: "Yo pienso que al principio sí había identificaciones, que sí había un proceso de pensamiento reflexivo y abstracto a propósito de lo que se decía, creo que la gente llegó a trabajar a gusto, sin embargo al final se volvió un verdadero problema, ya no había identificaciones, creo que se perdió el control, se desorganizó todo y ya se hizo lo que se quiso hacer". Y Diego Juárez Chávez explicó: "... es que no lo sé, porque nunca nos preocupábamos por preguntarle al cliente cómo nos veía. Se llegaba y se le presentaba muy bien el servicio, porque lo que se había hecho era muy bueno y porque la gente que presentaba era muy buena, pero no compartir, no negociar, para ver qué pensaba, no involucrarse con él para ver qué pensaba, ahí se acababa, no había un espacio para la modestia, para tratar de preguntarle a los clientes porqué a veces aceptaban nuestros servicios y porqué a veces no... nosotros sí teníamos un concepto del servicio, ese concepto de cliente estaba implícito, pero nunca se formalizó un concepto de cliente. Pensar quiénes eran nuestros clientes se llegó a hacer, pero no qué íbamos a entender por cliente, que es distinto. Yo puedo decir que mis clientes eran instituciones públicas y privadas, pero qué voy a entender por eso, es decir, qué concepto voy a realizar de él y con él".

Sin duda en este proceso de contacto es muy importante el conocimiento y la definición de clientes, además de contar con mecanismos de retroalimentación que coadyuven la identidad que como organización se busca y se va construyendo. Es decir, la identidad organizacional se ve construida o mejor dicho es una representación, pero ésta tiene que ver con tres dimensiones básicas: 1) qué es lo que pretendo ser como organización; 2) qué es lo que realmente soy como organización; y 3) cómo me miran los otros como organización. Aquí por su puesto estaríamos asumiendo que esta identidad está conformada por una

caracterización formal e informal, por el deseo y creencias, por las capacidades y limitaciones; atravesada por dos instancias: la visión interna y la visión externa.

*Así, en cuanto a la concepción que AINCCA tenía de sus clientes-usuarios se observan ciertas contradicciones, esto nos habla de que al interior de AINCCA, S. C., no había una verdadera consolidación como organización, dotada de identidad para que a su vez pudiese proyectarse hacia el exterior, aún y cuando los informantes a quienes se abordó para esbozar lo que ellos percibieron y recibieron de AINCCA, en términos generales apuntan haber contado con un buen servicio, veamos lo que Miguel Ángel Maciel González comentó: "Bueno, según lo que yo pude percibir algunos se sentían muy a gusto por el trato, por el servicio, porque se les veía precisamente como seres humanos, pero otros se sentían simplemente como paga y te doy el servicio, si no pagas no te trato bien, yo creo que algunos se sentían con una lógica utilitaria a partir de lo que daban como dinero y que finalmente eso respondía a sus necesidades". Mientras que Diego Juárez Chávez estimó: "A veces con más respeto del... que había al interior. Yo creo que había una cosa rescatable en AINCCA: siempre tuvimos respeto por los clientes, en términos de que no pensábamos que fueran unos ineptos, por qué, porque las cosas que se hicieron... siempre hay la idea de presentar algo muy fundamentado, en términos teóricos, científicos, de investigación... yo creo que al cliente, al cliente siempre se le tuvo en ese sentido creo que más respeto que el que nos teníamos como compañeros de trabajo. Se le trataron de ofrecer cosas de calidad...".

*Respecto al conflicto en las organizaciones tanto Miguel Ángel Maciel González como Diego Juárez Chávez comentaron, en general, que éste es inevitable y necesario porque permite crecimiento, permite evolucionar, transformar, cambiar, el conflicto puede ser productivo-creativo si hay madurez para aprovecharlo, porque toda organización es un espacio de diferenciación que se va volviendo un espacio de más distinciones y probablemente de más distancias conforme evoluciona. Agregó Juárez Chávez, "en AINCCA pasó eso, es decir, se vuelve más compleja, se vuelve más diferenciada; nuestras incapacidades se evidencian más, pero nunca tuvimos realmente la madurez, la inteligencia, la posición, la situación ética-moral, psíquica, etcétera, etcétera para poderlo hacer productivo. Los primeros conflictos terminan por... por enfrentarnos y al final el resentimiento que se genera de esos enfrentamientos nos distancia más y conforme el conflicto evoluciona y se vuelve más complejo, esas distancias ya son insalvables...".

En este aspecto persiste coincidencia y es evidente de acuerdo a lo planteado, que en AINCCA la complejización y distinción se manifiestan a través del conflicto, sin embargo éste fue insuperable, es decir, no se aprovechó y no se capitalizó para dar un viraje a la creatividad y a la productividad.

*Refiriéndonos a la capacitación encontramos diferencias, de entrada sobre la concepción (representación) sobre este referente, veamos lo que Miguel Ángel Maciel González consideró que "la capacitación es la manera en que informamos

a los empleados, a los mismos dueños sobre las últimas novedades y eso permite tener conocimiento y adelantarnos un paso más sobre nuestros clientes, sobre lo que digan y demostrarles que somos una organización profesional, finalmente la capacitación ayuda a profesionalizar y a tener una visión de lo que se quiere, no simplemente a trabajar empíricamente como en muchas organizaciones ocurre. En AINCCA, yo creo que hubo muy buena capacitación, creo que fue una de las inversiones más productivas, desgraciadamente, muchos de los miembros veían a la capacitación como una pérdida de tiempo, como algo que no servía, como algo que entretenía, como algo que realmente no valía la pena, y en realidad desde mi punto de vista quiénes capacitamos y quiénes nos capacitaron fue muy bueno, fue positivo...". Mientras que Diego Juárez Chávez estimó que "en las organizaciones la capacitación, en la mayoría, por la experiencia que tengo en algunas organizaciones, dentro y fuera, todavía hay una baja cultura de la capacitación. Me refiero a que no se ve a la capacitación como un componente o como una condición del crecimiento y desarrollo organizacional. Casi siempre se ve como en términos de cumplir un requerimiento o como un gasto que inevitablemente hay que hacer lo menos costoso posible, no como una inversión, no como algo en lo que estén involucradas las propias personas que necesitan la capacitación, que pueden ser todas las personas de la organización... entonces hay una cultura muy pobre... y en AINCCA creo que pasaba lo mismo, hubo capacitación, yo no te lo voy a negar, y algunas cosas que se dieron en términos conceptuales ahora lo aprecio, eran buenas, pero no eran funcionales, es decir, qué punto del desarrollo organizacional se estaba cubriendo con esa capacitación. La capacitación no se reduce a saber algo ahora porque mañana lo necesito aplicar... a lo mejor habría que incluir otras variables como formación-actualización... que ya son cosas distintas que deben ir dentro de un concepto general que es la educación dentro de la organización.

Aunque ambos coincidieron en que la capacitación es una inversión importante y sustancial que debe considerarse en las organizaciones, la idea difiere desde el concepto mismo, aquí podemos interpretar que la construcción de representaciones y la representación en sí misma se ve modificada / afectada de acuerdo a la propia interpretación personal, aunque si hay algunos rasgos similares, mismos que podríamos decir son parte de la intersección entre lo psicológico y lo social.

*Respecto a los valores prevalece cierta coincidencia, esto es, los valores planteados de manera formal en AINCCA, S. C. (en el apartado 2.4) les pareció que fueron incompatibles con lo que cotidianamente pasaba, Diego Juárez Chávez refirió "no sé si fuimos muy ambiciosos al plantearlos o fuimos muy incongruentes para alcanzarlos... sabiéndolos. Yo me acuerdo de una definición de valores, que se hizo, donde estaba definida la tolerancia, el compromiso, la lealtad, la congruencia, la consistencia, es que mira se entró a un nivel muy fino de distinción y además apelando a dos principios que a la larga creo que es lo que guían el proyecto de una organización que es lo ecológico-existencial, vincular las dos cosas, hacer de esas dos cosas una razón de ser y de hacer. Yo creo que eran muy ambiciosos, pero no se pudieron cristalizar...". Cabe resaltar que a Miguel

Ángel Maciel González le hubiese gustado que se recalcaran algunos valores que guiaran los lineamientos generales de AINCCA como "... el valor máximo la honestidad y el respeto, esos dos valores, sobre todo ser honestos con nosotros mismos y decir qué capacidades; y respeto precisamente para obtener los alcances y limitaciones como organización y algo muy importante entre ellos dos: la autocrítica como parte fundamental del crecimiento entre los propios miembros de la organización".

En el capítulo anterior de esta investigación hemos rescatado e incluido textualmente la conceptualización de los valores de AINCCA, S. C., y al revisarlos confirmamos realmente lo ambiciosos, diferenciados y precisos que están formalmente planteados, pero la referencia fáctica y ahora ya reflexionada nos refleja la incongruencia y la diferencia que puede haber entre el hacer, el decir y el pensar, que a su vez de una u otra manera también son elementos que se manifiestan en la constitución de representaciones sobre esta organización y por supuesto dan cuenta de una determinada manera de ser (identidad), en pretensión, por una parte y por la otra, en la realidad cotidiana. Los valores, como ya se dijo son una manera de expresar el pensar de una organización, o sea a través de éstos estamos representando a AINCCA, S. C.

*Finalmente, otro de los tópicos esbozados es la autoidentidad, así lo revelado por parte de Diego Juárez Chávez es: "como miembro de AINCCA me auto describiría como una persona... que que mis propios problemas personales los proyecté en AINCCA, que no tuve la madurez para para evitar eso, aún sabiendo en algunos momentos que estaba ocurriendo tal cosa... como una persona irresponsable, inmadura... como una persona incomprensiva y como una persona, que aún teniendo cierto liderazgo lo use... y en ocasiones lo dejé de usar cuando ya no me convenía en términos personales... Es decir, que como cuando yo quería que ya mi liderazgo, si tenía algún peso, para sostener AINCCA no existiera lo dejé, intentando que se destruyera, porque yo ya no quería soportar algunas o padecer algunas cosas sin importarme si los otros querían que AINCCA continuara... lo que significa que ahora... tengo ese mismo problema, pero a raíz de la experiencia de AINCCA y otras experiencias de vida, o sea estoy, digamos comprendiendo... que eso es un daño... que no quiero que ese daño alcance a las personas que quiero y que me quieren y que han tenido buenas intenciones y nobles intenciones conmigo. Digamos que me definiría como una persona en lucha por tratar de, de de de traer un poco de destellos de creatividad, de productividad y de nobleza a ese lado oscuro... AINCCA me deja seguridad, la seguridad de que no puedo estar seguro de todo, incluyéndome a mí mismo. AINCCA me movió el tapete en muchas cosas...".

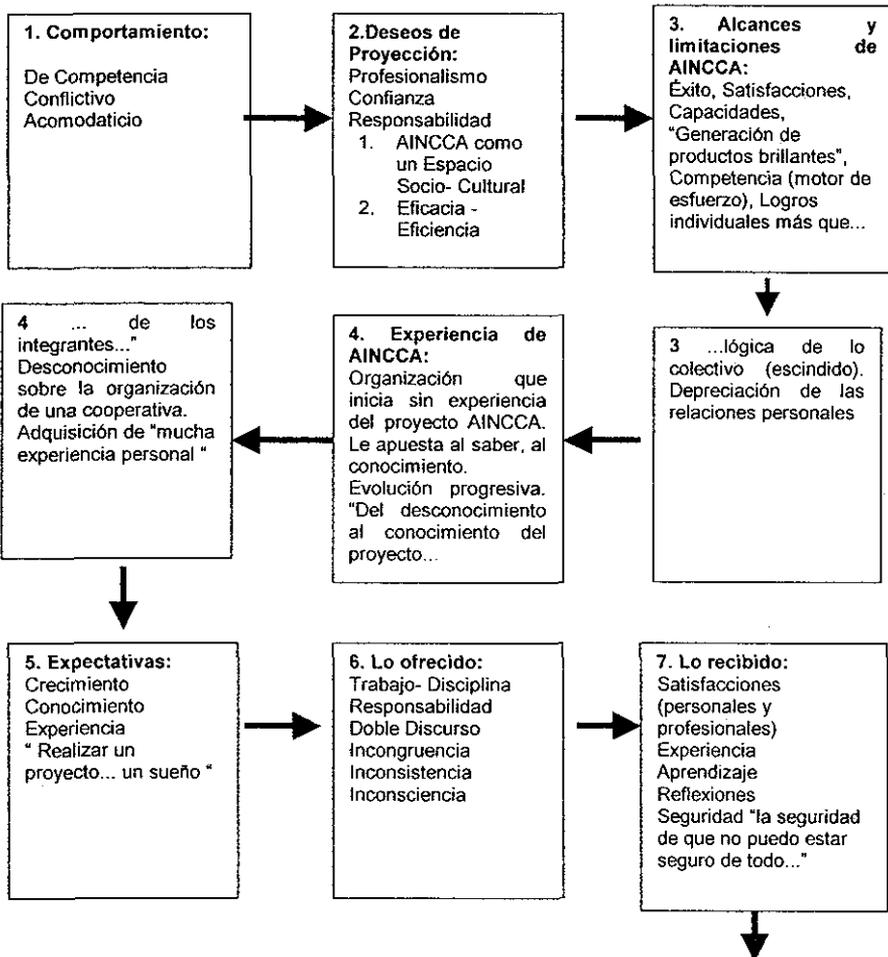
Mientras que Miguel Ángel Maciel González se auto describió como: "una persona que tiene grandes expectativas por seguir trabajando, con muchos problemas aaa nivel creo de personalidad que está tratando de superar con, con cierto tipo de comentarios, cierto tipo de cosas, pero con ganas y disposición de hacer otras cosas y trabajar por ello. AINCCA me deja aprendizaje, me deja una reflexión sobre mi propia vida, sobre lo que yo quiero hacer, si quiero otra vez

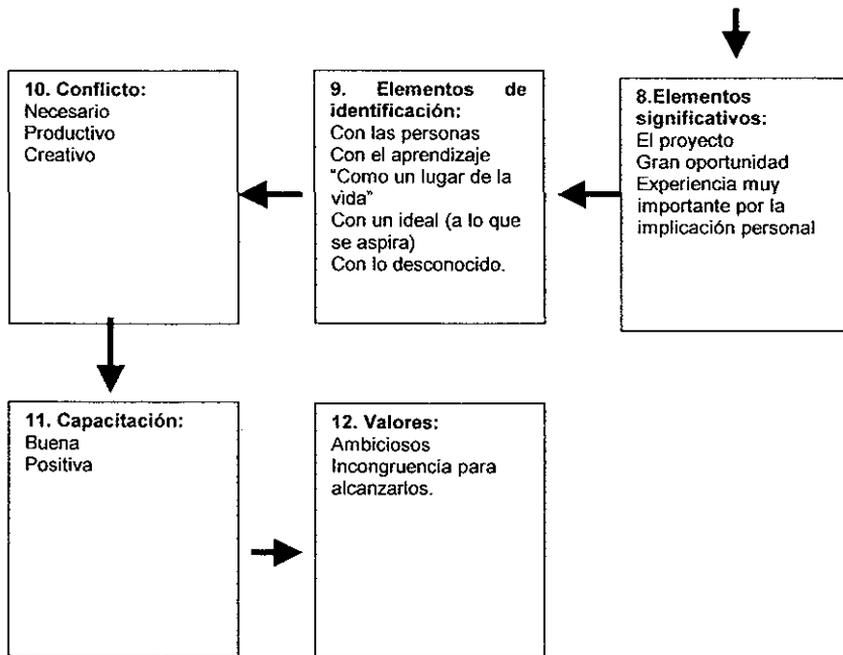
enfrentarme a ese tipo de proyectos y como te mencionaba una advertencia para entender si lo que yo, si lo que estamos produciendo puede ser viable hacia un futuro cercano o hacia un futuro lejano. Pero yo creo que la empresa de este tipo tiene futuro, lo que hay que hacer es que nosotros como seres humanos crezcamos y ya cuando tengamos las capacidades de poder negociar con el otro y tener esas visiones, pues trabajar por ello”.

Con estas últimas precisiones podemos connotar que AINCCA, S. C. ha sido una experiencia de aprendizaje, una experiencia de vida, un crecimiento en términos laborales y profesionales, pero sobre todo marca personalmente la percepción y la representación que se tiene sobre las organizaciones, en general y particularmente AINCCA es un espacio de vida que ha generado el cuestionamiento, la reflexión, la autorreflexión y la trascendencia de convertirse en objeto de estudio de esta investigación y que seguramente nos abre la panorámica y la perspectiva para hacer el análisis o el repaso de una organización.

Para ilustrar lo antes dicho, desde una óptica interior, auto identidad/auto representación, es decir, a partir de la visión de los fundadores de AINCCA, S. C. resumiremos a partir del siguiente esquema:

AUTOIMAGEN – AUTOIDENTIDAD
REPRESENTACIÓN ORGANIZACIONAL
↓
• COOPERATIVA
• EMPRESA





3.5 Una evaluación de la identidad organizacional de AINCCA, S. C.

Después de haber presentado los resultados, en este apartado pretendemos evaluar la identidad organizacional de AINCCA, S. C. De esta manera, la evaluación respecto a la identidad organizacional de AINCCA, S. C. estaría mediada y pautada por los dominios de: las relaciones, los propósitos y las capacidades, elementos que iremos explicando. Lo primero es señalar que "las organizaciones poseen una identidad definida como invariante en el sentido de que su transformación también implica la aparición de una nueva organización. Constituye definición de dicha identidad la enumeración de todo aquello que permita distinguir a la organización como singular y diferente de las demás... la identidad de una organización se materializa a través de una estructura. Estructura es la forma concreta que asume una organización en un aquí y ahora concretos. 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".⁷⁵

Por estas razones, para dar cuenta de la identidad y las representaciones de AINCCA, S. C. hemos desarrollado el capítulo 2 y este capítulo de tal modo que se comprenda cuál es la estructura organizacional, desde una lógica descriptiva, explicativa y analítica, con lo que pretendimos, también, ir estableciendo sus dominios: propósitos, relaciones y capacidades.

Bajo esta lógica y para efectos del análisis de las organizaciones, los elementos que definen la situación en estudio pueden agruparse en tres dominios: el dominio de las relaciones entre sus integrantes, el de los propósitos y el de las capacidades existentes.

Así, las organizaciones están constituidas por personas articuladas entre sí por medio de un sistema de roles que instituye la mutua representación interna entre ellas y el reconocimiento de las variables operantes del contexto. La naturaleza de sus vínculos está determinada por: a) los rasgos determinantes de la identidad de la organización; b) las necesidades y deseos que los integrantes tratan de satisfacer; c) los recursos existentes así como las normas y valores imperantes, o sea lo que corrientemente se denomina "cultura" de la organización.⁷⁶

El dominio de los propósitos está constituido por el conjunto de intenciones que los integrantes de las organizaciones proponen para ellas mediante metas y políticas que orientan su acción. Sin ellas, quedarían carentes de toda cohesión y se desintegrarían, que se caracteriza por su complejidad e interaccionalidad.⁷⁷ Los propósitos manifiestos estarán orientados al logro del orden, de la permanencia, de la estabilidad.

O sea, mientras que el dominio de las relaciones está constituido por personas; el de los propósitos está formado por ideas agrupables y puede haber disyunción al no poseer elementos comunes, de hecho en AINCCA, S. C. se manifiesta disyunción. Esto significa que en relación con la identidad, habrá tantas representaciones como individuos pertenecientes a la organización y el conjunto de ellas será necesariamente heterogéneo. Esto no configura una dificultad, sino que potencialmente enriquece a la organización, claro, siempre y cuando existan las disposiciones, madurez y condiciones para asimilarlo.

⁷⁵ ETKIN, Jorge y SCHVARSTEIN, Leonardo, *Identidad de las Organizaciones. Invariancia y cambio*. Ed. Paidós, España, 1995, 158 y 159 pp.

⁷⁶ *Ibidem.*, p. 170. Además ver apartados 2.3 Infraestructura y estructura de AINCCA, S. C.; 2.4 Superestructura de AINCCA, S. C.; y 2.7 La Cultura organizacional de AINCCA, S. C.

⁷⁷ *Ibidem.*, p. 171

En lo que respecta al dominio de las capacidades, en las organizaciones intervienen recursos de diferentes clases y con funciones variadas. El conjunto de ellos constituye el dominio de las capacidades existentes. Se denomina así, y no simplemente dominio de los recursos, para enfatizar que se incluyen no sólo medios materiales, como ser maquinarias, edificios o recursos financieros, sino también los sistemas, las normas, los archivos, las técnicas, los modelos, las declaraciones de principios.

Las organizaciones producen normas que determinan modos de funcionamiento y criterios para la elección de cursos de acción que finalmente se incorporan a este dominio. Es por ello que se mencionan las capacidades (el "estar preparado para"), y no simplemente los recursos disponibles en la organización. En el origen de toda capacidad se encuentra un propósito que se ha logrado y se ha transformado en una aptitud existente.⁷⁸

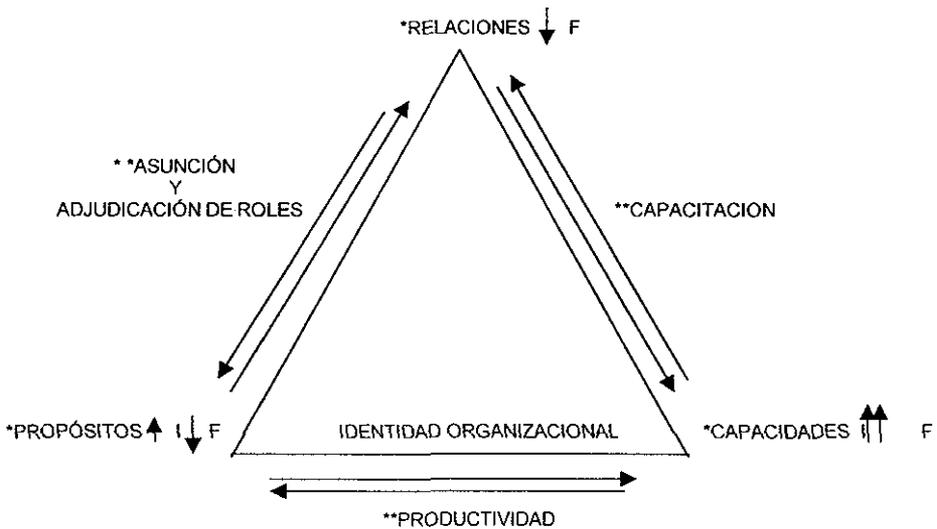
Como se puede percatar, para dar cuenta de la identidad organizacional, bajo esta perspectiva, hayamos la persistencia de una relación y dinámica entre los dominios⁷⁹. De este modo, adoptando ello, esquemáticamente podemos ilustrar, a manera de evaluación de la identidad organizacional de AINCCA, S. C., de la siguiente manera:

⁷⁸ *Ibidem.*, p. 172

⁷⁹ Ver capítulo 9, "Relaciones entre dominios", ETKIN, Jorge y SCHVARSTEIN, op. cit., 174-189 pp.

IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

A manera de Evaluación



I = IDEALMENTE ("TEORÍA")
F = FÁCTICAMENTE ("PRÁCTICA")
↑ = POSITIVA
↓ = NEGATIVA
*DOMINIOS
**PROCESOS

Así, con la tríada trazada respecto a la identidad organizacional mediada y pautaada por los dominios (relaciones, propósitos y capacidades), no se logra consolidar del todo una identidad de AINCCA, S. C.. En tanto, como ya mencionamos, en toda organización idealmente hablando deberían prevalecer en equilibrio y armonía dichos dominios que permitan al mismo tiempo dar movilidad a los procesos (asunción y adjudicación de roles, productividad y capacitación) que articulen los dominios.

De este modo, por lo encontrado en las respuestas y referencias de los informantes, la lectura nos indica que en AINCCA, S. C., al interior las relaciones son negativas fácticamente; mientras que las capacidades ideal y fácticamente son positivas; y los propósitos son idealmente positivos y en práctica negativos. Esto significa que la incidencia en los procesos de productividad y asunción y adjudicación de roles se vea mermada; y a pesar de que el proceso de capacitación sea, aparentemente menos afectado, la dinámica y movilidad para el desarrollo y el crecimiento deseables, también tiende a verse permeado, recordemos que aunque nos refirieron la existencia de capacidades y gente brillante, además de contar idealmente con pretensiones –propósitos- muy buenos (ver apartados 2.1 y 2.4) esto se queda en un nivel individual y se supone que tanto lo personal, como de la idea de lo colectivo subyace la identidad organizacional.

Es pertinente advertir que como en toda evaluación los parámetros e indicadores para hacerlo son subjetivos, sin embargo quisimos ilustrar bajo un simple criterio, aunque polarizado (positivo y negativo), pero con la intención de mirar en abstracto la complejidad y las interacciones entre dominios y procesos, mismos que de una u otra manera, nos hacen mirar a la organización desde una lógica completa y compleja, pero podemos de cualquier manera remitirnos a los resultados. Además, esta tríada puede ser modelo de aplicación a otras organizaciones.

Ahora bien, después de haber connotado, inferido e interpretado la información obtenida de nuestros informantes a partir de los tópicos esbozados a propósito de AINCCA, S. C., para conocer cómo se construyen las representaciones de esta organización y su identidad pasaremos en el siguiente capítulo a realizar algunas consideraciones alusivas a esto y al mismo tiempo intentaremos hacer una reflexión que redunde a partir de las conjeturas y resultados ya señalados.

CAPÍTULO 4: CONSIDERACIONES A PROPÓSITO DE LA CONSTRUCCIÓN DE REPRESENTACIONES Y LA IDENTIDAD

4.1 Las representaciones comunicativas

4.2 El lenguaje y la comunicación en la vida cotidiana

4.3 El papel de los medios de comunicación en la vida cotidiana y en el sistema de representaciones

4.4 La identidad es una representación construida en el devenir de la vida cotidiana

dar orden a la designación y coherencia a los datos, lo cual por supuesto nos permite distinguir y dar sentido. Sin olvidar que las funciones fundamentales del lenguaje son: la función cognitiva y la función comunicativa⁸².

Es pertinente decir que Aristóteles fue el primer pensador que teorizó de manera sistemática acerca del significado y la referencia de tal manera que cuando comprendemos una palabra o cualquier otro "signo", asociamos esa palabra con un "concepto", después encontramos en la teoría de John Stuart Mill (con su obra: *Lógica*) y otros filósofos importantes teorizan sobre la imagen, el signo y la representación, así entendiendo por concepto representaciones mentales, éstas son en sí mismas una parte esencial de la imagen y en términos comunicacionales "1) Toda palabra usada se asocia en la mente del hablante con una representación mental. 2) Dos palabras son sinónimos (tienen el mismo significado) sólo en el caso de que se asocien con la *misma* representación mental en los hablantes que usan esas palabras. 3) La representación mental determina a qué se refiere la palabra, en caso de que se refiera a algo".⁸³

Ahora bien, cabe acotar que la comunicación no es posible sin la participación de las representaciones. Por ello la interacción comunicativa supone en los actores la capacidad de llevar a cabo procesos cognitivos. Algunos autores

⁸² En pocas palabras existen sin duda las cosas que todavía tenemos que aprender y las cosas que nunca conoceremos. La trama semiótica abarca el mundo viviente (la biosfera) y el reino de los organismos cognoscentes. El *Umwelt* es un "modelo de mundo", mundo real mediado por la experiencia y la realidad de todos los días. Los animales no humanos hacen uso de signos, pero ellos no saben que existen los signos. Lo que define al lenguaje "no es precisamente el uso de palabras, o inclusive de signos convencionales; es el uso de cualquier signo que sea en cuanto que involucra el conocimiento o conciencia de la relación de significación", DEELY, John, *Los Fundamentos de la Semiótica*. Universidad Iberoamericana, México, 1996, p. 182 y ss. Además en cuanto a las funciones del lenguaje encontramos que el estudio de las funciones del lenguaje, de larga tradición filosófica (retórica grecolatina y la lingüística de los sofistas; Morris y Eco; Rosiello y Simone) encuentra en K. Bühler la primera formulación sistemática dentro de la lingüística de la escuela de Praga. El modelo elaborado por dicho autor comprende tres funciones: "representativa", "expresiva" y "apelativa". Las tres se identifican mediante la orientación del mensaje hacia los objetos o estados de cosas, el emisor y el destinatario respectivamente. Roman Jakobson retoma la tripartición bühleriana y profundiza en ella al proponer las funciones del lenguaje y dice, que un mensaje puede cumplir alguna de las siguientes: 1) *referencial*, el mensaje pretende denotar cosas reales; 2) *emotiva*, el mensaje tiende a provocar reacciones emotivas; 3) *imperativa*, el mensaje es una orden; 4) de *contacto o fáctico*, el mensaje simula la provocación de contacto entre dos interlocutores; 5) *metalingüística*, el mensaje tiene por objeto a otro mensaje; y 6) *estética*, el mensaje reviste una función estética cuando se estructura de una manera ambigua y se presenta como autorreflexivo; cuando se pretende atraer la atención del destinatario sobre la propia forma.

Para Austin entre los actos locucionario, ilocucionario y perlocucionario hay diferencias. El primero apela al contenido de las oraciones enunciativas o de las oraciones enunciativas nominalizadas; en el segundo, el hablante expresa estados de cosas, dice algo, es directo, explícito, claro y entendible; y en el tercero, el agente realiza una acción diciendo algo, es un acto encubierto, "disfrazado", busca un fin con éxito. Se caracterizan por: decir algo; hacer diciendo algo; y causar algo mediante lo que se hace diciendo algo, respectivamente.

⁸³ PUTNAM, Hilary, *Representación y Realidad. Un balance crítico del funcionalismo*. Ed. Gedisa, 2ª. ed., Barcelona, 1995, p. 46 y ss.

como G. H. Mead⁸⁴, sostienen que todo proceso de representación ha sido generado en una relación comunicativa. Los últimos estudios de la psicología genética no están de acuerdo con esta hipótesis. En cualquier caso, es evidente que los seres humanos, y probablemente los animales superiores, son capaces de mantener una actividad representativa autónoma, es decir influida por estímulos no comunicativos generados en la observación del contorno o en la reflexión.

Cabe agregar que sólo la especie humana posee las representaciones⁸⁵ necesarias para poder referirse al repertorio de designaciones que a continuación se señalarán. Así, las representaciones que intervienen en la comunicación pueden estar referidas a: un estado de alguno de los actores o de su medio; a la representación de una solicitud o de una demanda dirigida a otro; a la representación de la propia situación comunicativa; y a la representación de otra representación. De esta manera, la capacidad de comunicar supone la aptitud cognitiva del ser vivo para adecuarse a la actividad cognitiva de otro ser vivo.⁸⁶ Con respecto a la última referencia de representación, algunas especies sólo pueden representar estados fisiológicos; y se supone que ninguna especie animal dispone de pautas representativas para expresar sus propias representaciones. De esta manera, las representaciones que la mente humana asocia a las expresiones son mucho más complejas y diferenciadas; suponen la capacidad para realizar operaciones cognitivas de un orden lógico que no está al alcance de ningún otro ser vivo.

En suma, la adquisición del lenguaje articulado es una conquista del hombre a partir también de la evolución de su cerebro y con ello del pensamiento; y lo que éste implica, operaciones cognitivas, por ejemplo y si lo vemos desde el punto de vista filosófico, encontramos que el conocimiento es inherente al ser (ontológico). Al respecto Wittgenstein, dice que el conocimiento y el lenguaje se corresponden porque en el uso ambos encuentran significado en la praxis de pensar y de denominar las cosas. El lenguaje como mediador entre el universo de las representaciones y el de las entidades. El lenguaje como el mediador en la formación de objetos.

⁸⁴ Mead estudia <la mente, el sí mismo y la sociedad>, desde el punto de vista de un <behaviorista social>. Considera que en el comportamiento social se halla el origen de la conciencia individual. Véase DOISE, Willem, DESACHAMPS, Jean-Claude y MUGNY, Gabriel, *Psicología Social Experimental. Autonomía, diferenciación e integración*. Ed. Hispano Europea, España, 1980.

⁸⁵ Consultar CASSIRER, Ernst, *Antropología Filosófica. Introducción a una filosofía de la cultura*. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1974. Sencillamente agregaremos que las aptitudes comunicativas conseguidas por otras especies que antecedieron al hombre aportaron el capital evolutivo que hizo posible la comunicación humana. Y la evolución del hombre ha sido guiada por dos factores de cambio: la sociedad y la cultura y por supuesto que estas creaciones conllevan representaciones que la mente humana asocia a expresiones mucho más complejas y diferenciadas, porque suponen la capacidad para realizar operaciones cognitivas de un orden lógico-abstracto que no está al alcance de ningún otro ser vivo. Sin duda el único "animal simbólico", dice Cassirer es el hombre, porque los actores humanos poseen la capacidad de crear, expresar y comprender las ideas abstractas y los valores morales y el único lenguaje natural apto para esa función es el habla.

⁸⁶ MARTÍN, Serrano Manuel, op. cit., p. 22.

Para hablar de la génesis de las representaciones comunicativas, es importante resaltar que los patrones expresivos heredados de nuestros parientes animales más próximos⁸⁷, son las matrices de nuestros lenguajes gestuales, incluyendo el empleo de sonidos que posteriormente se configuran en el lenguaje hablado, tal como lo demuestra la psicología genética⁸⁸. Entendiendo al patrón expresivo como una secuencia de expresiones que se suceden en un orden determinado, y que solamente se usan en relaciones de interacción determinadas.

Las representaciones vistas desde el punto de vista comunicativo nos dan indicios de la génesis de éstas. En primer lugar, los animales poseen verdaderas representaciones perceptivas (como demuestran las experiencias inspiradas en la teoría de la Gestalt)⁸⁹, y cuentan con auténticas representaciones para la acción, y para la interacción comunicativa (como lo demuestran los estudios de los etólogos). Si por “representación cognitiva” entendemos aquella que organiza abstracciones, resulta difícil decidir si existen especies animales superiores que las utilizan, o si sólo lo hace la especie humana; todo radica en el concepto de “abstracción” que se esté manejando, para esto es forzoso reconocer que la abstracción existe al menos en los antropoides. En segundo lugar, no parece necesario postular la existencia de una inteligencia superior, ni siquiera de la inteligencia, para explicar y aceptar la existencia de representaciones en los seres vivos. Las representaciones más elementales en las que cabe indagar la génesis de las más complejas, se situarían a nivel de la percepción. Cualquier animal que posea algún instrumento biológico de comunicación dotado de capacidad analizadora de estímulos dispone de una herramienta cuyo funcionamiento sólo puede ser comprendido si se acepta que el animal no sólo acepta los estímulos, sino el orden que existe en los estímulos. La intensidad y frecuencia de los estímulos perceptivos determina en las especies inferiores la intensidad y frecuencia de las respuestas motoras; de esta manera es fácil comprender, a sus niveles elementales, cómo puede desarrollarse un patrón expresivo, en el cual están incluidas las señales que envía Ego (emisor), y las respuestas que lleva a cabo Alter (receptor) –actores de la comunicación-⁹⁰ las cuales también pueden

⁸⁷ Consultar SAGAN, Carl, *Los Dragones del Edén. Especulaciones sobre la evolución de la inteligencia humana*. Ed. Grijalbo, México, 1984. Además, BRONOWSKY, Jacob, se pregunta y desarrolla el siguiente planteamiento: “¿Cómo se convirtieron los homínidos en el hombre que yo admiro: diestro, observador, pensante, apasionado, capaz de manipular con la mente los símbolos del lenguaje y de la matemática? los conceptos de arte y geometría, de poesía y ciencia?...” *El Ascenso del Hombre*. FEI, México, 1979, p. 30 y ss.

⁸⁸ Ver PIAGET, Jean, *Seis Estudios de Psicología*. Ed. Labor, 4ª. ed., Colombia, 1995.

⁸⁹ La teoría de la *gestal* (forma, configuración), es una corriente de la psicología burguesa aparecida en el segundo decenio del siglo XX. Sus representantes principales –Wertheimer, Köhler, Koffka- hicieron intentos por abordar la psiquis de forma global, estructural. Consúltese KÖHLER, Wolfgang, *Psicología de la Configuración*. Ediciones Morata, Madrid, 1967.

⁹⁰ Cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos, de su misma especie, o de especies diferentes, que recurren a la información. Los actores ocupan posiciones distintas y en el transcurso del proceso comunicativo desempeñan funciones diferentes. Ego es el primer actor que en una determinada interacción inicia el intercambio comunicativo, y alter (alteres), actores que en esa misma interacción resultan ser solicitados comunicativamente por ego, MARTÍN, Serrano, op.

ser fuente de señales de retorno hacia Ego. Basta con suponer la existencia de circuitos neurológicos que asocien el tiempo y la intensidad de los estímulos con el tiempo y la intensidad de las respuestas, para comprender cuáles son las bases fisiológicas en las que se apoyan las representaciones ligadas a la interacción; como se ve sin necesidad de postular ni siquiera la autoconciencia.

Por otra parte, en palabras de Edgar Morin todo conocimiento es una traducción y una reconstrucción, traducción en el sentido de que los estímulos que llegan a nuestros ojos van hacia millones de células diferentes, provocando y suscitando mensajes que llegan al cerebro mediante el nervio óptico, es decir, la naturaleza del estímulo visual será traducido en un código. Y todos los códigos que llegan a diferentes regiones del cerebro son mezclados y transformados para darnos una percepción⁹¹, una representación. De esta manera, traducimos, decodificamos y reconstruimos –representamos–.

En el hombre a partir de cierta edad, las representaciones no sólo sirven para expresar conductas, sino además otras representaciones. Por ejemplo el patrón expresivo de los primates (sumisión sexual) consiste en expresiones gestuales tales como bajar los ojos, encogerse, cambiar de color (en el hombre ruborizarse), sentarse. Este mismo patrón expresivo sirve en muchas culturas como expresión de la *discreción erótica en la mujer*. La *discreción* representa un valor y no un comportamiento⁹².

Ahora que hemos señalado que las representaciones son un elemento fundamental para establecer relaciones de carácter comunicativo, también podemos comprender lo importante que son para referirnos a propósito del entorno, contexto o mundo en él nos construimos/deconstruimos, por ello y con ello también se constituye la identidad –diferencia/reconocimiento de los otros y ante los otros, de tal modo que esto se vierte en los distintos espacios de lo social para dar sentido y con ello guiar los múltiples actos, entre ellos el acto comunicativo.

De esta forma observamos que dar sentido, dentro de un incesante movimiento social, a acontecimientos y actos que terminan por sernos habituales, este conocimiento forja las evidencias de nuestra realidad consensual, participa en

cit., p. 13. Cabe agregar qué entendemos por información, ésta es el conjunto de datos ordenados a propósito de un objeto de referencia que a su vez adquirirá significación en un marco referencial. Informar es dar forma, tendencia al orden y a partir de datos se puede dar sentido al entorno y al sistema de representaciones. Información es lo novedoso, es el opuesto a la redundancia y dota de certezas. La información reduce la incertidumbre.

⁹¹ MORIN, Edgar, "La noción de sujeto". En: *Nuevos Paradigmas. Cultura y Subjetividad*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1994, 67-85 pp., además cabe señalar que se ha detectado en los genes algo equivalente a información, a programa, a memoria, es decir, algo cognitivo y éste juega un papel permanente en todos los procesos de la organización viva; con los nexos entre proteínas ADN y ARN. Es el proceso que permite la reorganización, la reparación, la acción, 73-74 pp. Consultar, SAGAN, Carl, op. cit., capítulo 2, "Genes y cerebros"; 3, "El cerebro y el carro"; y 4, "El Edén como metáfora: la evolución del hombre", 31-132 pp.

⁹² MARTÍN, Serrano Manuel, op. cit., p. 39

la *construcción social de nuestra realidad*. Así, la vida cotidiana proporciona las objetivaciones indispensables y dispone el orden dentro del cual éstas adquieren sentido y dentro del cual la vida cotidiana tiene significado para los individuos. Dicha realidad se presenta como un mundo intersubjetivo, esto es, un mundo que comparto y construyo con los otros.

Por su parte, Ágnes Heller concibe que la vida cotidiana es la reproducción del hombre particular. Este mundo se le presenta ya "construido" y aquí él debe conservarse y dar prueba de capacidad vital. "El particular nace en condiciones sociales concretas, en sistemas concretos de expectativas, dentro de instituciones concretas. Ante todo debe aprender a "usar" las cosas, apropiarse de los sistemas de usos y de los sistemas de expectativas, esto es, debe conservarse exactamente en el modo necesario y posible en una época determinada en el ámbito de un estrato social dado".⁹³

En líneas generales se puede decir que es necesario saber "usar" -en mayor o menor medida- las cosas e instituciones del mundo en el que se nace. Cada uno debe adquirir una capacidad media, debe tener un mínimo de capacidad práctica en las cosas más importantes. "Todo el transcurso de la vida de los particulares estaba determinado por costumbres reguladas y por un sistema compacto de representaciones colectivas entre las que no había posibilidad de escoger".⁹⁴

Cabe además agregar que Heller distingue tres formas de objetivación: el mundo de las cosas, el mundo de los usos y el lenguaje, estos guían la actividad del hombre en su vida cotidiana. Nos ocuparemos con mayor detalle más adelante sobre el lenguaje y la comunicación. Por ahora añadiremos que la vida cotidiana es vivida con el lenguaje que se comparte con los otros, por tanto, la comprensión del lenguaje es esencial para cualquier comprensión de la realidad de la vida cotidiana. El lenguaje construye enormes edificios de representación simbólica que parecen dominar la realidad de la vida cotidiana como gigantescas presencias de otro mundo. La religión, la filosofía, el arte y la ciencia...⁹⁵

Por otro lado, desde la perspectiva de la psicología social encontramos que para Denise Jodelet, el concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel

⁹³ HELLER, Ágnes, *Sociología de la Vida Cotidiana*. Ediciones península, 3ª. ed., Barcelona, 1991, 20 y 21 pp. En lo concerniente al término "vida cotidiana", consultar LEFEBVRE, Henri, *La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno*. Ed. Alianza, Madrid, 1972.

⁹⁴ HELLER, Ágnes, p. 27

⁹⁵ BERGER, Peter L. y LUCKMANN, Thomas, *La Construcción Social de la Realidad*. Amorrortu editores, Argentina, 1999, p. 59

de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica. La caracterización de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás⁹⁶.

Así, Moscovici señala que las "representaciones" son campos conceptuales o sistemas de nociones y de imágenes que sirven para construir la realidad, a la vez que determinan el comportamiento de los sujetos. Se trata por tanto, de *representaciones operativas*, ya que operan en la vida social -en el plano intelectual o práctico- como realidades preformadas, como marcos de interpretación de lo real y de orientación para la acción. Así entendidas, las representaciones sociales pueden alcanzar en los individuos diversos grados de elaboración, que pueden ir, de una simple imagen mental, a todo un sistema de relaciones figurativas y/o conceptuales, pasando por un grado intermedio que sería el de la "representación referencial" (en el sentido de que abarca las diversas facetas de un referente, "remitiendo a otras imágenes connotativas"). Cabe añadir todavía que son tres las fuentes principales o "lugares de determinación social" de las representaciones: la experiencia vivida, las matrices culturales y las ideologías (entendidas aquí como el conjunto de "discursos circulantes" en una determinada época y en un determinado lugar).

¿Cómo se estructura la representación?. En primer lugar, en términos de un *principio de diferenciación*. Se trata de un proceso lógico primordial en virtud del cual los individuos y los grupos humanos se auto-identifican siempre y en primer lugar por la afirmación de su diferencia con respecto a otros individuos y otros grupos. El proceso de auto-identificación consiste fundamentalmente en un proceso de toma de conciencia de las "diferencias". Estas diferencias tienden a presentarse en forma de contraposiciones binarias que se reflejan directamente en el lenguaje y en el sistema simbólico propio del grupo o de los individuos inmersos en el grupo. Ahora bien, en conformidad con lo dicho sobre el carácter operativo de las representaciones, tales diferenciaciones lingüísticas y simbólicas no constituyen un mero expediente clasificatorio, sino que van asociados a múltiples reglas de comportamiento, códigos y roles sociales que contradistinguen las relaciones tanto en el interior del grupo como hacia afuera, con respecto a los "otros", los extraños, los extranjeros, los enemigos...

Podríamos de esta manera entender que las representaciones, en un sentido general, son imágenes mentales evocadas cognitivamente, a partir de creencias, referentes, reglas, códigos, comportamientos, roles, rasgos y valores compartidos y reconocidos por los miembros de un grupo o de una sociedad. Por tanto, la identidad es una representación y la impresión que nos formamos de otra persona es el resultado de la elaboración de estructuras definidas a través de una representación social de la persona. Recordemos que la búsqueda de identidad

⁹⁶ MOSCOVICI, Serge, op. cit., 474 y 475 pp.

implica reconocer la propia identidad (individual) y al mismo tiempo reconocer al otro a partir de sus diferencias.

Cabe añadir que las representaciones son un constructo social y psicológico que se gesta espacial y temporalmente en el devenir de la vida cotidiana. En el siguiente apartado detallaremos la importancia del lenguaje como instrumento de la comunicación para "materializar" representaciones en la vida cotidiana.

4.2 El lenguaje y la comunicación en la vida cotidiana

Ahora bien, retomando la idea de lenguaje, Heller distingue tres formas de objetivación distintas y unitarias: en primer lugar el mundo de las cosas (creadas por la mano del hombre), es decir, los utensilios y los productos; en segundo lugar el mundo de los usos; y en tercer lugar el lenguaje.

"Los tres guían el conjunto de la actividad del hombre, pero a pesar de ello existe entre ellas una cierta "división del trabajo", en cuanto que cada una de ellas ejerce su propia función de guía principalmente sobre una u otra manifestación humana".⁹⁷

En el lenguaje se objetiva fundamentalmente el pensamiento humano; y por tanto las representaciones -visión del mundo-. Así, una de las funciones del lenguaje consiste en guiar el empleo de los medios (utensilios, objetos) en el plano del pensamiento; en favorecer el ejercicio de su empleo. Además, el lenguaje trasciende el espacio y nos hace conocer cosas y usos de los cuales no podemos apropiarnos porque no son nuestros. Da un significado para nosotros a lo que es puramente pensable o imaginable.

Para Heller, el uso lingüístico, es decir, el uso del lenguaje solamente adquiere sentido en el contexto, en la situación en que es expresado. Las palabras con más significados sólo pueden ser usadas porque la situación (la función ejercida en la frase, en la situación de quien habla) hace el sentido unívoco.

Por su parte Sapir dice que "toda la cultura de una determinada época es expresable mediante el lenguaje de esa época, que el lenguaje como todo medio homogéneo, por una parte homogeniza en su medio las esferas y actividades más heterogéneas, y por otra introduce al hombre en el mundo de esa determinada cultura".⁹⁸

Cabe señalar que de acuerdo al planteamiento de Heller, el lenguaje, por su naturaleza, generaliza; es incapaz de expresar adecuadamente los hechos

⁹⁷ HELLER, Ágnes, op. cit., p. 239

⁹⁸ Ibidem., p. 283

interiores como lo son las percepciones, los sentimientos, las sensaciones del sujeto, aunque su inexpresabilidad del "ser-así" de los sentimientos mediante el sistema conceptual cotidiano no implica el desconocimiento o la incognoscibilidad de éstos. Esto es muy importante, porque muchos autores piensan que el lenguaje materializa el pensamiento, sin embargo nosotros no estamos de acuerdo con ello y en esto coincidimos con Heller, porque el lenguaje mediatiza, transforma y representa parte de nuestros pensamientos, pero hay cosas que son inexpresables, claro no descartamos la utilidad de la comunicación y el lenguaje como una herramienta terapéutica, por ejemplo.

De esta manera podemos afirmar que en la vida social fluye la cotidianidad de copresencia, misma que se ve plasmada a través de la rutinización del hacer y actuar en un contexto, en encuentros, en un espacio y tiempo determinados. Creemos que la construcción de representaciones también está dada en un fluir de la vida social y se ve influida por un espacio y tiempo en relación a un contexto, esto es en una organización, misma que se encuentra atravesada por instituciones y éstas se encuentran en la ejida social. Además, aquí es donde el lenguaje cobra vida, en tanto, permite construir abstracciones, imágenes y representaciones; y el uso del lenguaje se inserta dentro de las actividades de la vida cotidiana de los actores.

Además, es importante considerar que no se puede existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarse continuamente con los otros. Si seguimos el planteamiento habermasiano encontramos que la acción comunicativa es un medio lingüístico en el que se reflejan las relaciones del actor con el mundo, entonces el lenguaje se mira como un medio de entendimiento. Así el lenguaje puede ser visto a través de cuatro modelos: 1) teleológico de acción, éste concibe al lenguaje como un medio más a través del cual los hablantes, que se orientan hacia su propio éxito, pueden influir los unos sobre los otros con el fin de mover al oponente a formarse las opiniones o a concebir las intenciones; 2) normativo de acción, éste concibe el lenguaje como un medio que transmite valores culturales y que es portador de un consenso y que queda ratificado con cada nuevo acto de entendimiento; 3) de acción dramaturgica, éste presupone al lenguaje como medio en que tiene lugar la auto escenificación; y 4) sólo el concepto de acción comunicativa presupone el lenguaje como un medio de entendimiento, en el que hablantes y oyentes se refieren, desde el horizonte preinterpretado que su mundo de la vida representa, simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, para negociar definiciones que pueden ser compartidas por todos.

Como se puede observar, el lenguaje es visto como entendimiento, como acción consensual, como auto escenificación destinada al espectador, y el modelo comunicativo de acción tiene en cuenta todas las funciones del lenguaje. Es importante señalar que las acciones son manifestaciones simbólicas en el que el actor entra en relación al menos con un mundo (objetivo, social y/o subjetivo).

De acuerdo a esta teoría: Teoría de la acción comunicativa, una acción básica se caracteriza por no poder ejecutarse mediante otra acción. Las operaciones de pensamiento y de habla tienen siempre que co-realizarse en otras acciones. Los actos de entendimiento son constitutivos de la acción comunicativa. El lenguaje es relevante desde el punto de vista pragmático.

El concepto de acción comunicativa presupone el lenguaje como un medio dentro del cual tiene lugar un tipo de procesos de entendimiento en cuyo transcurso los participantes, al relacionarse con un mundo, se presentan unos frente a otros con pretensiones de validez que pueden ser reconocidas o puestas en cuestión.⁹⁹

En cuanto a las funciones del lenguaje en la comunicación para Habermas son: a) coordinación de la acción, b) socialización, y c) entendimiento. Así el lenguaje para Habermas es un proceso de interacción pragmática en el que de lo que se trata es de que una "regla" rijan intersubjetivamente para A y para B, esto es, que la regla tenga para ambos el mismo significado.

Por su parte, Hans Georg Gadamer, dice que vivimos inmersos en el lenguaje, que no hay nada fuera de él o, si lo hay, no es posible conocerlo. Asimismo, Kenneth Burke decía que la vida es como una conversación, como una fiesta a la que hemos sido invitados pero llegamos tarde. Así, "nacemos y nos incluimos en pautas de interacción social semejantes a juegos que nosotros no hemos iniciado. Los escuchamos, comenzamos a sentirnos poderosamente involucrados, aprovechamos la oportunidad de participar, y al fin partimos, pero las conversaciones siguen. Creo que esta es la sustancia del mundo social".¹⁰⁰

De esta manera, hallamos nuestra identidad como seres humanos, como personas, de acuerdo con los lugares que encontramos en estos juegos que se superponen. En este sentido, la construcción de representaciones es el reflejo de los actores comunicativos y su lenguaje. Desde que nace, el niño es introducido en el lenguaje, que le otorga una consistencia, una definición, cierta identidad, una imagen de sí mismo.¹⁰¹ Las representaciones, son manifestadas como formas simbólicas, porque el mundo-realidad se construye a partir de las

⁹⁹ HABERMAS, Jürgen, *Teoría de la Acción Comunicativa*. Ed. Taurus, Barcelona, 1988, p. 143 y ss. Para Habermas la situación de entendimiento implica la manifestación de interacciones a partir de la oferta de actos de lenguaje para que la cuestión de conflicto sea decidida por el mejor argumento y fundamentación. -Así el entendimiento significa el acuerdo sobre el que se prueba la justeza de una afirmación-. Además, en Habermas el entendimiento es símil de negociación que conduzca hacia un mundo de vida cada vez más libre y racional.

¹⁰⁰ PEARCE, W. Barnett, "Nuevos modelos y metáforas comunicacionales". En: *Nuevos Paradigmas. Cultura y Subjetividad*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1994, p. 274

¹⁰¹ BRUNEAU, Jean Pierre, *Psicoanálisis y Empresa*. Ed. Vergara, Buenos Aires, 1993, p. 27. Para G. H. Mead, el sí mismo está constituido a la vez por un componente <sociológico>, el mí, que no sería otra cosa que una interiorización de los papeles sociales, y por un componente más personal que es el yo. Según este autor el sí mismo de un individuo se desarrolla a partir de los juicios que otro ofrece de él en el interior de un contexto social en el cual este individuo y el otro interactúan.

representaciones y éstas son expresadas mediante el discurso, las acciones y los sucesos.

Toda lengua constriñe el pensamiento (y la acción) en el sentido de que presupone un dominio de propiedades enmarcadas, gobernadas por reglas, el proceso de aprender una lengua impone ciertos límites a la cognición y la actividad. Pero al mismo tiempo, aprender una lengua aumenta grandemente las capacidades cognitivas y prácticas del individuo.¹⁰² Así, el lenguaje permite construir abstracciones, imágenes, irrealidades, realidades y representaciones; y el uso del lenguaje se inserta inherentemente en las actividades de la vida cotidiana de los actores.

Dentro de las actividades concretas de la vida cotidiana se inserta el uso del lenguaje y en cierto modo es constitutivo de esas actividades. Wittgenstein señala que comprender un lenguaje significa dominar una técnica, esto es, el uso del lenguaje es ante todo metodológico, y que reglas de lenguaje son procedimientos de aplicación metódica implícitos en las actividades prácticas de la vida cotidiana. Así, las reglas son procedimiento de acción, aspecto de una *praxis*. Las reglas de la vida social, como técnicas o procedimientos generalizables se aplican a la escenificación / reproducción de prácticas sociales.

En el marco de las prácticas sociales, podríamos ubicar a la comunicación en tanto que ésta se convierte en la modelación mutua de un mundo común a través de una acción conjunta: el acto social del lenguaje da existencia a nuestro mundo. Hay algunas dimensiones del lenguaje a través de las cuáles emerge lo social, por ejemplo declaraciones, promesas, requerimientos y formulaciones y esto se convierte en la trama de nuestra identidad.¹⁰³

Retomando el aspecto del lenguaje, del lenguaje común se dispone para objetivar las experiencias en la vida cotidiana y se le toma como referencia para interpretar experiencias que corresponden a zonas limitadas de significado. Dicho en otras palabras, se "deforma" la realidad de experiencias en el momento en que se emplea el lenguaje común para interpretarlas y se "traduce" a las experiencias que no son cotidianas volviéndolas a la realidad de la vida cotidiana. El cómo se construyen las representaciones (imágenes) materializadas en el lenguaje y la identidad (imagen de uno mismo y los demás), esto es, nos parece que las representaciones son un constructo de significación que se da con los otros, o sea la producción humana de signos. Así, el lenguaje es el sistema de signos más importante de la sociedad humana. La vida cotidiana es vivida con el lenguaje que se comparte con los otros, por tanto, la comprensión del lenguaje es esencial para cualquier comprensión de la realidad de la vida cotidiana.

¹⁰² GIDDENS, Anthony, *La Constitución de la Sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1998, p. 201

¹⁰³ VARELA, Francisco J., *Conocer*. Ed. Gedisa, Barcelona, 1996, p. 112

Es pertinente señalar que a partir del lenguaje ordenamos y designamos a la realidad para compartir un orden. Nuestra mente tiene un orden y casi siempre la lógica de causa-efecto se hace a posteriori, el ser humano convierte la realidad en signos, esto es significar. De esta forma, significamos la realidad y al mismo tiempo vamos construyendo un orden lógico. El papel de las representaciones es dar orden a la designación y coherencia a los datos, lo cual por supuesto nos permite distinguir y dar sentido.

De acuerdo a lo que hemos venido diciendo, respecto al lenguaje, sus funciones y su papel como una actividad social que acontece en la vida cotidiana, podemos agregar que los hombres producen juntos un ambiente social con la totalidad de sus formaciones socio-culturales y psicológicas y para esto el vehículo más importante es el diálogo. Esto es, la vida cotidiana del individuo puede considerarse en relación con la puesta en marcha de un aparato conversacional que mantiene, modifica y reconstruye continuamente su realidad subjetiva. El lenguaje realiza un mundo y en el diálogo las objetivaciones del lenguaje se vuelven objetos de la conciencia individual. En pocas palabras, el diálogo (continuo y coherente) realiza el poder como productor de realidad. El diálogo como la apuesta a los consensos y a una verdadera comunicación.¹⁰⁴

Ahora, después de haber hecho referencia al lenguaje como un instrumento que posibilita el acto comunicativo y a su vez permite la construcción de representaciones e identidad, en el siguiente apartado contemplaremos cuál es el papel de los medios de comunicación en la vida cotidiana y en el sistema de representaciones.

4.3 El papel de los medios de comunicación en la vida cotidiana y en el sistema de representaciones

Pasando a otro punto, es decir, al papel que juegan los medios de comunicación en la vida cotidiana y en la construcción de representaciones, como los facilitadores de la construcción / consolidación de identidad encontramos que, en principio, la mediatización funge como un proceso de ordenar (dar forma) la realidad, también pauta la existencia y norma los referentes comunes, los códigos, los comportamientos y las representaciones. En este sentido los medios de comunicación son instrumentos para la mediación socio-cognitiva.

Jesús Martín Barbero, establece: la necesidad de vivir conectados a la ciudad de los signos, si esto lo retomamos como una condición inherente a la comprensión de la realidad, digamos que es el acercamiento-vínculo con y en la realidad, en esa aparente "totalidad". Así la comunicación a nivel macro ocupa un lugar estratégico en los procesos de reconversión cultural que requiere la nueva

¹⁰⁴ Véase HABERMAS, Jürgen, *Teoría de la Acción Comunicativa. Tomo I y II*. Ed. Taurus, Barcelona, 1988.

etapa de modernización... "No es posible comprender el escenario actual de los estudios de comunicación, y aún menos trabajar en su prospectiva..."¹⁰⁵

Cuando se piensa en los procesos de comunicación en los términos de una geografía posmoderna, y cuando comenzamos a considerar el papel de las comunicaciones en la constante construcción y reconstrucción de los espacios sociales y de las relaciones sociales¹⁰⁶. No podemos hacer a un lado la inherente relación que se guarda con la estructuración cognitiva, esto es, con la construcción de la realidad y por ello es uno de los elementos que creemos interviene para la conformación de representaciones.

Cabe señalar que las representaciones del mundo que muestran los medios a los públicos dependen hasta cierto punto de las ideas dominantes, esto es que de acuerdo a una época las ideas que imperan son las de la clase dominante y varían, es decir, las representaciones varían de acuerdo al modelo cultural y social del momento.

Veamos por ejemplo, "el concepto de *hegemonía* elaborado por Gramsci, haciendo posible pensar el proceso de dominación social ya no como imposición desde un *exterior* y sin *sujetos*, sino como un proceso en el que una clase hegemónica en la medida en que representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas... en un "proceso vivido", hecho no sólo de fuerza sino también de sentido, de apropiación del sentido por el poder, de seducción y de complicidad".¹⁰⁷

De acuerdo a lo dicho es innegable que en una sociedad donde impera un modo de producción capitalista, donde el imperativo es el consumo y la consigna es la competencia, entre otras características propias de ese modelo. Por añadidura el modelo de representar la vida cotidiana se ve influenciada por la clase que hegemoniza, es decir, la que dicta la forma de percibir, mirar, pensar y hasta de sentir, a pesar de que las necesidades individuales sean múltiples y diferenciables e incluso alejadas de dicho modelo.

Además, en materia de comunicación y bajo una lógica de globalización cultural, de la cual deviene la fabricación de símbolos culturales; la tesis de la convergencia de la cultura global sostiene que se está produciendo una paulatina universalización, en el sentido de unificación de modos de vida, símbolos culturales y modos de conducta transnacionales. Así se observa un sólo mundo mercantil, "las culturas y las identidades locales se desarraigan y sustituyen por símbolos mercantiles, procedentes del diseño publicitario y de los iconos de las

¹⁰⁵ MARTÍN, Barbero Jesús, "Pensar la sociedad desde la comunicación". En: *Diálogos*. No. 32, 1992, p. 30

¹⁰⁶ MORLEY, David, *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1996, p. 395

¹⁰⁷ MARTÍN, Barbero Jesús, *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Ed. Gustavo Gilli, 2ª. ed., México, 1991, 84 y 85 pp.

empresas multinacionales. La esencia se convierte en diseño, y esto vale para todo el mundo".¹⁰⁸

La glocalización también produce nuevas y particulares "comunidades", por ejemplo dos maneras de diferenciar serían la exclusiva y la inclusiva. Retomando a las culturas glocales, éstas ya no están vinculadas a ningún lugar ni a un tiempo. Carecen de contexto, y son una verdadera mezcla de componentes dispares, recogidos de todas partes y de ninguna. Por ejemplo la imaginación es una fuente primordial de cambio a través de los medios de comunicación de masas, se establece una proximidad imaginaria con figuras simbólicas de los medios de comunicación. Esto significa que las formas de vida locales se remueven y rellenan con prototipos que proceden social y espacialmente de lugares completamente distintos. La vida propia y las vidas posibles se ven abocadas a una irónica contradicción.

Para Zygmunt Bauman el nexo global-local permite y produce la desagregación de la sociedad mundial y al mismo tiempo, la globalización y la localización son dos caras de la misma moneda; son al mismo tiempo fuerzas impulsoras y formas de expresión de una nueva polarización y estratificación de la población mundial en ricos globalizados y pobres localizados.

Así, según este autor, lo nuevo de la era global es que ha perdido el nexo entre pobreza y riqueza; y esto es a causa de la globalización que divide a la población mundial en ricos globalizados, que dominan el espacio y no tienen tiempo, y pobres localizados.

Como dice Zygmunt Bauman, "el hilo de la comunicación social entre los ricos que se globalizan y los pobres que se localizan amenaza con romperse porque entre los ganadores de la globalización, en la parte alta superior, y los perdedores de la globalización, en la parte baja inferior, ya no existen terrenos o palestras en las que poder luchar por la igualdad y la justicia".¹⁰⁹

De esta manera encontramos un mundo cada vez más polarizado donde pocos tienen mucho y muchos tienen poco, en este juego de palabras están implícitos los capitales (económico, simbólico y cultural) a los que se refiere Pierre Bourdieu¹¹⁰. Recordemos que dichos capitales pueden ser adquiridos o heredados.

Para Pierre Bourdieu "En materia de cultura la manera de adquirir se perpetúa en lo que es adquirido bajo la forma de una cierta manera de usarlo, el modo de adquisición expresa en sí mismo las relaciones objetivas entre las

¹⁰⁸ BECK, Ulrich, *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Ed. Paidós, Barcelona, 1998, p. 72

¹⁰⁹ Ibidem., p. 140

¹¹⁰ Ver BOURDIEU, Pierre, *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto. (Crítica social del juicio de gusto, primera parte)*. Ed. Taurus, España, 1988.

características sociales de aquel que adquiere y la cualidad social de lo adquirido".¹¹¹ Esto, también nos remite a la adquisición y al uso -práctico- del que habla Heller para poder operar en la vida cotidiana.

Siguiendo este planteamiento, respecto a la hegemonía cultural encontramos que: "En esta estructuración de la vida cotidiana desde el *habitus* es donde se hace presente la eficacia de la hegemonía "programando" las expectativas y los gustos según las clases. Y por ahí pasan también los límites objetivo-subjetivos de las propuestas de transformación de las alternativas que producen las clases populares".¹¹²

Por otra parte, la teoría de la mediación social propuesta por Manuel Martín Serrano, se plantea como un paradigma teórico que permite interpretar y ordenar los elementos que constituyen el interior de un proceso social. Así, los modelos mediacionales, deben ser capaces de interpretarse a través de un código, entendido como "un sistema de posibilidades del sistema en su origen para facilitar su dominio".¹¹³

Nosotros agregaríamos que a todo modelo se le percibe y se le representa de acuerdo al tiempo y al espacio que corresponda, de tal modo que la representación (visión del mundo) se refiere y representa diferente, lo cual conlleva una visión del mundo determinada y una construcción de sentido.

Por ejemplo, los modelos culturales de la mediación que nos plantea Manuel Martín Serrano, de una u otra manera afectaron / modificaron la forma de mirar el mundo. Así, en el modelo medieval todo se percibía a través de la existencia de Dios, y por lo tanto, la actividad del hombre se reducía a una actividad de recreación. Para esta visión medieval, todo lo que estaba patente era producto de lo natural, y todo aquello que escapaba de tal percepción era concebido como mágico. Cabe señalar, que la ruptura de esta concepción se originó entre otras cosas gracias a la fabricación de la lente; con lo que se puso de manifiesto una nueva visión del mundo ajena a la percepción humana, en la que se contemplaba ya el uso de la razón.

En el modelo de la ilustración o enciclopedismo, el hombre buscaba el conocimiento por medio de la razón y la inteligencia, a través de la exploración de la naturaleza. Lo natural se subordinó al medio artificial. La naturaleza no expresaba ya la razón, tenía que ser dominada por ella. Así, la tecnología y la cultura abandonaron su alianza con la naturaleza para oponerse a ella.

En el modelo del capitalismo, a partir del desarrollo tecnológico, la burguesía industrial había logrado incrementar en gran escala la productividad, hasta entonces impensada; había introducido ya la división social del trabajo,

¹¹¹ MARTÍN, Barbero, Jesús, op. cit., 1991, p. 91

¹¹² Ibidem.

¹¹³ MARTÍN, Serrano Manuel, *La Mediación Social*, Ed. Akal, 2ª. ed., Madrid, 1978, p. 55

haciendo evidente que existían los propietarios de los medios de producción, y los dueños de la fuerza de trabajo. Con la aplicación de la tecnología, el hombre se percató de que el hábitat natural se estaba extinguiendo, era sustituido por la infinidad de productos artificiales creados por el hombre mismo, y en consecuencia el contacto con la naturaleza era cada vez más irreal.

Y en el modelo del capitalismo monopólico, persiste una nueva concepción del mundo, la aparición de los medios de comunicación masiva determina que las barreras conceptuales que separan al medio natural del artificial, de la cultura y de la tecnología, sean más frágiles. Manuel Martín Serrano afirma que, los medios masivos, y en especial los icónicos (la televisión) transforman las cosas en signos de ellas mismas, proporcionando así representaciones casi idénticas a lo natural.

De acuerdo a la explicación de los modelos culturales podemos afirmar que la concepción del mundo se transforma / cambia en relación al tiempo y al espacio que enmarca a los actores sociales. Asimismo, intervienen operaciones que llevan a cabo la mediación cognitiva y estructural. Para Martín Serrano, la mediación cognitiva de los medios de comunicación opera sobre los relatos, ofreciendo a las audiencias *modelos de representación del mundo*. Y la mediación estructural de los medios opera sobre los soportes, ofreciendo a las audiencias *modelos de producción de comunicación*.

Dichas actividades de los media son variantes del esfuerzo que realizan estas instituciones sociales mediadoras para proporcionar una identidad que sirva de referencia al grupo, preservando su cohesión de los efectos disgregadores que tiene el cambio social. La mediación cognitiva, cuando elabora una representación del mundo, se enfrenta con el conflicto entre *acontecer//creer*, en tanto que la mediación estructural, cuando elabora un producto comunicativo, se enfrenta con el conflicto entre *acontecer//prever*. Por eso, en los medios de comunicación la mediación cognitiva produce *mitos* y la mediación estructural, *rituales*.¹¹⁴

De esta manera con el advenimiento de los medios masivos de comunicación, y por supuesto con la imprenta, podemos suponer que no existe texto fuera del soporte que lo da a leer (o a escuchar, o a mirar) y que no hay comprensión de un escrito cualquiera que no dependa de las formas en las cuales llega a su lector (radioescucha o televidente).

La interpretación como un proceso que se da dentro de la ideología confluye también en dicha conformación. La interpretación de un mensaje / texto, dependerá de quién recibe, cómo lo recibe; dependerá de su edad, género y su propio contexto personal. Además, la reconstrucción simbólica por añadidura se ve en un cambio persistente y permanente dentro del sistema de representaciones de la esfera individual y colectiva.

¹¹⁴ MARTÍN, Serrano Manuel, *La Producción Social de la Comunicación*. Ed. Alianza, 2ª. Ed., (reformada), México, 1994, p. 136

Sin duda, los nuevos medios de comunicación han logrado separar la transmisión de la representación (visión del mundo) del hecho de compartir un espacio común, en consecuencia, han creado condiciones para la renovación de la visión del mundo a una escala que excede ampliamente cualquiera que haya existido en el pasado. Además, la idea clave de los medios (*media*) permite a los individuos adquirir experiencias a lo largo del espacio y del tiempo, a través de formas de interacción que no tienen carácter cara a cara, lo cual conlleva a la experimentación, a la búsqueda de nuevas oportunidades y nuevos estilos de vida.

Para Certeau cuando habla de cultura popular no se refiere a algo extraño, sino a un resto y a un estilo. "Un *resto*: memoria de la experiencia sin discurso, que resiste al discurso y se deja decir sólo en el relato. Resto hecho de saberes inservibles a la colonización tecnológica, que así marginados cargan simbólicamente la cotidianidad y la convierten en espacio de una creación muda y colectiva. Y un *estilo*, esquema de operaciones, manera de caminar la ciudad, de habitar la casa, de ver la televisión, un estilo de intercambio social, de inventiva técnica y de resistencia moral".¹¹⁵

Ahora bien, la incidencia de los medios de comunicación y lo que implica la experiencia mediática en los individuos, indudablemente atraviesa la cosmovisión, o mejor dicho el sistema cognitivo (de representaciones) y al mismo tiempo contribuyen en menor o mayor medida en la constitución de identidad. Así, por ejemplo "la tradición ha sido retomada, reformulada y, en cierta medida, reinventada en el transcurso de su representación y elaboración a lo largo del tiempo".¹¹⁶

De tal manera, que tanto la lectura¹¹⁷ como la escritura y la comunicación mediática en tiempos y espacios diferentes contribuyen a una interpretación, comprensión, recreación, apropiación, reincorporación y construcción de sentido (representación) del mundo y la realidad distinta, según los contextos.

De esta forma la comunicación *mediática* tiende a dotar las tradiciones de una permanencia temporal y movilidad espacial. "Los medios de comunicación ofrecen una manera de sostener la continuidad cultural a pesar de la desubicación espacial, una manera de renovar la tradición en nuevos y diversos contextos a través de la apropiación de formas simbólicas *mediáticas*".¹¹⁸

"...si comparamos nuestras vidas hoy con las vidas de los individuos que vivieron hace dos o tres siglos, parece claro que la estructura de la experiencia ha

¹¹⁵ MARTÍN, Barbero, Jesús, op. cit., 1991, p. 94

¹¹⁶ THOMPSON, John B., *Los Media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ed. Paidós, Barcelona, 1998, p. 263

¹¹⁷ Ver CHARTIER, Roger, capítulo II "Historia del libro e Historia de la lectura". En: *El Mundo como Representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Ed. Gedisa, 4ª. Reimpresión, Barcelona, 1999, 105-162 pp.

¹¹⁸ THOMPSON, John B., *Los Media y la Modernidad...* p. 265

cambiado de manera significativa. Aunque la experiencia vivida sigue siendo fundamental, está siendo completamente por (y en determinados aspectos desplazada por) la experiencia *mediática*, que asume en cada vez mayor papel en el proceso de formación del yo. Los individuos progresivamente aprovechan la experiencia *mediática* para informarse y reformular su proyecto del yo".¹¹⁹

Con lo anterior podemos ratificar que el sistema de representaciones cambia y que en lo individual encontramos diferencias, pero coincidencias en los grupos de tal manera que las representaciones sin duda están en movimiento del sujeto al objeto y viceversa, entendiéndose en este caso que el sujeto nos remite a lo individual y el objeto al grupo o colectivo. Y ahora, además con la experiencia *mediática* el repertorio de referentes a los cuales aluden los actores sociales en sus interacciones y sus formas de comunicación se diversifican.

Ahora, en el siguiente y último apartado de este capítulo deseamos indicar las razones que nos hacen afirmar en este trabajo de investigación porqué la identidad es una representación.

4.4 La identidad es una representación construida en el devenir de la vida cotidiana

Además de la función cognitiva de entender y explicar, "las representaciones tienen también por función situar a los individuos y a los grupos en el campo social... permiten elaborar una identidad social y personal gratificante; es decir, compatible con los sistemas de normas y valores social e históricamente determinados".¹²⁰ De esta manera, la representación de un individuo sobre su propio grupo es siempre marcada por una sobrevaluación de algunas de sus características o de sus producciones, cuyo objetivo es salvaguardar una imagen positiva de su grupo de pertenencia.

Y en tanto que una de las funciones de las representaciones es elaborar una identidad social e individual entenderemos, en lo general a la identidad como un reconocimiento, esto es, la identidad es un reconocerse, es la imagen que cada quien se da de sí mismo. Además, la identidad tiene que ver con la organización de las *representaciones*.

Así, la identidad puede ser analizada en términos de lo que la escuela europea de psicología social denomina *representaciones sociales*: "en efecto la identidad tiene que ver con la organización, por parte del sujeto, de las

¹¹⁹ Ibidem., 299 y 300 pp.

¹²⁰ MUGNY, G. Y CARUGATI, F., *L'intelligence au pluriel: les représentations sociales de l'intelligence et de son développement*. Cousset, DelVal, 1985, p. 183

representaciones que tiene de sí mismo y de los grupos a los cuales pertenece, así como también de los "otros" y de sus respectivos grupos".¹²¹

Pero el principio de la diferenciación, en virtud del cual todos los sujetos (individuales o colectivos) se representan a sí mismos, se auto-clasifican y se ordenan según una relación de contraposición a otros sujetos (individuales o colectivos), no existe ni se aplica en forma aislada, sino que coexiste y se complementa con el *principio de la integración unitaria* o de reducción de las diferencias.¹²²

Podríamos de esta manera entender -como se comentó en el primer apartado- que las representaciones, en un sentido general, son imágenes mentales evocadas cognitivamente, a partir de creencias, referentes, reglas, códigos, comportamientos, roles, rasgos y valores compartidos y reconocidos por los miembros de un grupo o de una sociedad. Por tanto, la identidad es una representación y la impresión que nos formamos de otra persona es el resultado de la elaboración de estructuras definidas a través de una representación social de la persona. Recordemos que la búsqueda de identidad implica reconocer la propia identidad (individual) y al mismo tiempo reconocer al otro a partir de sus diferencias.

De esta manera, en lo individual, podemos señalar que para la constitución de identidad creemos valioso considerar a la autoidentidad. "El sí-mismo no es una entidad pasiva, determinada por influencias externas; en la constitución de sus autoidentidades, independientemente de sus contextos específicos de acción, los individuos aportan y promueven influencias sociales que son globales en sus consecuencias e implicaciones".¹²³

Respecto a lo antes citado, la confianza referida al sentido de seguridad ontológica, constituye un elemento básico para la conformación de autoidentidad, así como la elección del estilo de vida es importante en dicha constitución. Asimismo, el compromiso es una especie particular de confianza, el compromiso debe entenderse como un fenómeno del sistema referencial interno así como con la otra persona o personas implicadas en las relaciones, a partir de las cuales se entretaje lo social y en lo social encontramos a los grupos, organizaciones e instituciones. Reiteramos, el establecimiento de la confianza es la condición para la elaboración de la autoidentidad y de la identidad de otras personas y objetos.

Nos parece que la identidad es una imagen (representación) que tiene sobre sí mismo el individuo y que ésta se representa y se conforma o bien se

¹²¹ GIMÉNEZ, Gilberto, "La Identidad Social o el Retorno al Sujeto". En: *Versión*, No. 2, Octubre, 1992, p.188

¹²² *Ibidem.*, 189 y 190 pp.

¹²³ GIDDENS, Anthony, "Modernidad y Autoidentidad". En: *Las Consecuencias Perversas de la Modernidad*. Ed. Anthropos, Barcelona, 1997, p. 34

constituye a partir de los otros. También encontramos que la identidad depende de la representación social, misma que coexiste en lo individual mediante procesos que sirven para construir y entender la realidad.

Cabe señalar que a partir de lo anterior, el principio de diferenciación juega un papel muy importante para la constitución de identidades, porque a partir de las diferencias con el (los) otro (s) reconozco mi propio ser, mi mí mismo, mi autoidentidad, mi yo. Ahora bien, independientemente de las dimensiones que la identidad pueda tener, en las interacciones que el sujeto establece para vincularse con el (los) otro(s) se establecen marcos de interpretación, a través de códigos, circunstancia personal, convenciones, valores, normas y reglas expuestas de manera explícita o implícitamente en los grupos, de tal manera que las relaciones son formas que proyectan identidad.

También es vital resaltar que en el ámbito de las prácticas y hábitos diarios dentro de los grupos se muestran mezclas culturales, en tanto que la cultura es influida, entre otras cosas, por las emociones, los sentimientos, las creencias, las tradiciones, las relaciones sociales, los valores, los mitos, los significados, los símbolos, la racionalidad, las formas simbólicas, las expresiones, los referentes, etcétera. Lo cual encuadra los procesos de producción cultural y en estos está la coexistencia de identidades, dado que en lo social se entreteteje la idea que tiene sobre sí misma una sociedad y el referente de integración permite la autorrepresentación de adscripción a un grupo y al mismo tiempo a una sociedad, es decir, prevalece un acuerdo sociocultural.

Por su parte John Thompson distingue que: "Existen dos tipos de formación de la identidad que resultan relevantes aquí, lo que podríamos llamar "identidad individual" (*self-identity*) e "identidad colectiva" (*collective identity*). La identidad individual se refiere al sentido de uno mismo como individuo dotado de diversas características y potencialidades, como individuo situado en una cierta trayectoria de vida. La identidad colectiva se refiere al sentido de uno mismo como miembro de un grupo social o colectividad; se trata de un sentido de pertenencia, sentimiento de formar parte de un grupo social que posee su propia historia y un destino colectivo... las tradiciones proporcionan algunos de los materiales simbólicos para la formación de la identidad individual y colectiva. El sentido de uno mismo y el de pertenencia están ambos formados -en diversos grados, dependiendo del contexto social- por los valores, creencias y formas de conducta transmitidas desde el pasado. El proceso de formación de identidad nunca comienza de cero; siempre se edifica sobre conjuntos de materiales simbólicos preexistentes, que constituyen los fundamentos de la identidad. Sin embargo, podría muy bien ser que, con el desarrollo de los medios de comunicación, la naturaleza de este conjunto preexistente de materiales simbólicos haya cambiado la manera significativa, lo que podría tener a su vez implicaciones en el proceso de formación de identidad".¹²⁴

¹²⁴ THOMPSON, John B., *Los Media y la Modernidad...* 245 y 246 pp.

Así de acuerdo a lo que se ha venido diciendo sobre la identidad y el papel de los medios de comunicación, encontramos coincidencia en los planteamientos de Heller y la visión fenomenológica en el hecho de considerar que nacemos en un mundo ya preconcebido, preexistente y construido, luego entonces el actor social en su devenir cotidiano se sitúa en un mundo simbólico al cual tendrá que adaptarse y reproducirse mediante sus prácticas sociales, mismas que estarán espacial y temporalmente ubicadas en un devenir social enmarcado por otros actores y grupos, donde por supuesto inconsciente o conscientemente se adhiere, se adscribe y se identifica con y ante otros. Esto es, en su vida cotidiana se va buscando y encontrando para construir/deconstruir su propia identidad; se representa de una manera y no de otra.

A partir del esbozo anteriormente expuesto, en resumen podemos decir que la identidad es una representación, por lo tanto la identidad colectiva es una clara representación y la identidad individual se da y coexiste a través de los otros y con los otros. Es decir, somos representaciones. Y en la medida en que marco - invisiblemente- mis diferencias / límites con el (los) otro(s), al mismo tiempo se reconoce a la otredad, paulatinamente se establece la interacción social, donde convergen las coincidencias, esto significa, encontrarme y trastocarme en el (los) otro(s) para identificarnos, construirnos, deconstruirnos, representarnos.

Por otro lado, vista la identidad colectiva como una manifestación de formaciones simbólicas, cabría entonces resaltar que, en el tejido social y en la construcción de éste no solamente encontramos a los individuos que la componen, el territorio que ocupan, las cosas que utilizan y los actos que realizan, sino que la sociedad está constituida por la idea que tiene sobre sí misma, esto es, la identidad colectiva supone la definición cultural institucionalizada de una sociedad de referencia, siendo el referente *nosotros*, la punta de lanza para identificarnos como parte integrativa de... La autorrepresentación de la sociedad proporciona un consenso sociocultural básico en torno a una serie de constelaciones de significado que hacen posible una comprensión del mundo, un sentido, unos valores fundamentales que configuran la sociedad buena, deseable, en una palabra el ideal de sociedad. A partir del *nosotros* (pertenencia-inclusión) los individuos pertenecen a una sociedad porque participan de su estructura de significaciones sociales (normas, valores, mitos, ideas, proyectos, tradiciones, entre otros) y porque comparten la voluntad de pertenecer a su sociedad y no a otra, por ejemplo, y procuran preservar su existencia.

En este sentido, para Berriain la identidad colectiva en las sociedades modernas avanzadas se manifiesta por dos formaciones simbólicas: la religión civil y el patriotismo constitucional. La primera formación representa una forma de la conciencia nacional de un colectivo, un conjunto de mitos, símbolos, arquetipos y creencias, es decir, un simbolismo constitutivo de identificación colectiva, mientras que la segunda formación, el patriotismo constitucional representa un

conjunto de reglas de carácter procedimental que aseguran la convivencia y la integración sociales.¹²⁵

Siguiendo el orden de ideas, para Thompson los individuos depositan progresivamente su confianza en tradiciones *mediáticas* y desubicadas como medios de dar sentido al mundo y crear un sentido de pertenencia; y al mismo tiempo una de las razones para que las creencias y prácticas religiosas persistan en el mundo moderno depende de la formación de identidad, porque "la tradición no ha quedado eliminada con el desarrollo de las sociedades modernas; ha sido a lo sumo, reformulado (en parte por los *media*) y en relación a la creciente autonomía del individuo como agente reflexivo capaz de reactualizar su propia identidad".¹²⁶

Por otra parte, la conformación de identidad, bajo la lógica de la construcción de la realidad social, constituye un elemento clave de la realidad subjetiva y por ello se encuentra en una relación dialéctica con la sociedad; la identidad se forma por procesos sociales; y la identidad es mantenida, modificada o reformada por las relaciones sociales y esto se determina por la estructura social. Así, la identidad es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad; y las identidades son productos sociales.¹²⁷

Según la sociología italiana, Loredana Sciolla, son tres las *dimensiones* más relevantes de la *identidad*: la locativa, la selectiva y la integrativa. La identidad tiene, en primer lugar una *dimensión locativa* "en el sentido de que a través de ella el individuo se sitúa dentro de un campo (simbólico) o en sentido más amplio, define el campo donde situarse. Es decir, el individuo asume un sistema de relevancia, define la situación en que se encuentra y traza las fronteras más o menos móviles que delimitan el territorio de su mismidad. La identidad tiene también una *dimensión selectiva* en el sentido de que el individuo, "una vez que haya definido sus propios límites y sumido un sistema de relevancia, está en condiciones de *ordenar* sus preferencias y de optar por algunas alternativas descartando o difiriendo otras. Por último, la identidad tiene una *dimensión integrativa* en el sentido de que a través de ella "el individuo dispone de un marco interpretativo que le permite entrelazar las experiencias pasadas, presentes y futuras en la unidad de una biografía."¹²⁸

¹²⁵ BERIAIN, J., *La Integración en las Sociedades Modernas*. Ed. Anthropos, Barcelona, 1996, p. 311

¹²⁶ THOMPSON, John B., *Los Media y la Modernidad...* p. 255

¹²⁷ Refiriendo la noción de la identidad social para Sarbin y Allen sería una parte del proceso del sí mismo, representando las cogniciones derivadas de los emplazamientos en la ecología social. Estos autores adoptan el modelo tridimensional de la identidad social de Sarbin, Scheibe y Kroger (1965), según el cual las tres dimensiones, en la identidad social, serían el estatus, el valor y la implicación. Consultar DOISE, Willem, DESACHAMPS, Jean Claude y MUGNY, Gabriel, *Psicología Social Experimental. Autonomía, diferenciación e integración*. Ed. Hispano Europea, España, 1980.

¹²⁸ GIMÉNEZ, Gilberto, op. cit., 192 y 193 pp.

Por la descripción que hemos retomado en cuanto a las dimensiones de la identidad, creemos que esto es justo lo que se pone a disposición de y con los otros en toda interacción, de tal manera que a través de la dimensión integrativa el individuo dispone de un marco de interpretación. Mismo que va de acuerdo a su circunstancia personal y su contexto biográfico, acatando y adaptando, por supuesto las normas, los códigos, las convenciones (convenios), los valores, y las políticas establecidas de forma implícita o explícita, formal o informalmente en un grupo para relacionarse e interactuar con los otros.

Por otra parte, vista a la identidad humana como un proceso cultural simbólico, José Jiménez distingue tres planos o niveles: identidad individual; identidad particular; e identidad étnica y política. El primer plano se configura en el proceso de constitución del yo. El segundo, recubre a un conjunto de individuos cuya identidad se establece como diferencia cultural frente al grupo. Y en el último, los seres humanos la forjan en la experiencia vital, en su inserción, en una tradición de cultura determinada y en unas relaciones sociales concretas. La étnica se genera en un ecosistema determinado, a partir de los procesos de producción y adaptación desarrollados por el grupo, y del lenguaje y del conjunto de creencias que articulan la tradición cultural y en la identificación política, se trata de una descripción abstracta de identidad cuya referencia simbólica es un centro de autoridad y de dominio que alcanza su más intensa eficacia en el Estado.¹²⁹

Así, también encontramos que en los grupos se evidencia una mezcla cultural. "La mezcla de representaciones simbólicas de culturas en ámbitos y prácticas diarias es todavía más influida por 'la reflexividad cultural'.¹³⁰ Cabe agregar, que las esferas culturales y las identidades son influidas tanto por la emoción y sentimiento, como por la racionalidad.

Además, si consideramos los planteamientos de Thompson, la identidad se ve afectada o influida en las sociedades actuales por el acercamiento, acceso e interacción con los medios de comunicación, de tal manera que las formas de comunicación se han visto modificadas en el ámbito de la vida cotidiana. Asimismo, la experiencia mediática es uno de los factores que coadyuvan a la construcción de identidad y el proyecto del yo. De tal forma que ahora resultaría impensable representar sin considerar, o mejor dicho, sin estar mediatizado, con ello también nos referimos al proceso de apropiación que los individuos hacen respecto a los productos mediáticos, lo cual implica el consumo / uso de ellos y a su vez la experiencia, a través de la movilidad espacio-temporal. Y si hemos dicho que la identidad es una representación, es reconocerse o tener una imagen sobre sí mismo y los otros. Pues es natural mirar y mirarnos (egoalteridad) mediados. En

¹²⁹ JIMÉNEZ, José, "Los sin Patria". En: *Nuevos Paradigmas. Cultura y Subjetividad*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1994, p. 214

¹³⁰ LULL, James, "Cultura e Identidad en el Siglo XXI". En: *Diálogos*, No. 48, Octubre, 1997, p. 62

este sentido, también la identidad al ser una representación, ésta se constituye y articula en el devenir de la vida cotidiana.

Como se puede observar a lo largo de este capítulo hemos hecho una serie de consideraciones y reflexiones a propósito de la construcción de representaciones y la identidad; aspectos que nos permitan entender, cómo se construyen las representaciones, en general y específicamente la identidad vista como una representación; además de señalar cómo son “enunciadas” a través de prácticas sociales y particularmente de la comunicación vía el lenguaje usual y cotidiano. De igual manera, hemos tratado de dar un esbozo general sobre cuál es el papel de los medios de comunicación y cómo la experiencia mediática ha ido modificando las prácticas sociales y culturales de acuerdo al contexto y los modelos de reproducción en la vida cotidiana, siendo esto una razón, también, para comprender como la visión del mundo se ve afectada y por ende el sistema de representaciones va, paulatinamente, sufriendo cambios. Al final, planteamos el porqué la identidad (reconocimiento/imagen) es una representación que se constituye en el devenir de la vida cotidiana.

De esta forma, creemos que la identidad es una representación y un constructo de la vida cotidiana, porque el sujeto que vive, sufre, ama, odia, se desarrolla, se construye, se edifica con y a través de los otros, busca y encuentra su propia identidad en sí mismo y en los grupos, a diario, en su devenir cotidiano. En su pasado, en su presente y en su futuro, reales o imaginarios; escucha, mira, sueña, inconsciente o conscientemente, pero busca un sentido, una visión, una explicación, una verdad, una razón, un estilo, una forma de ser, una manera de pensar (se) y de sentir (se).

**A MANERA DE SÍNTEISIS
CONCLUSIVA**

A MANERA DE SÍNTESIS CONCLUSIVA

En este trabajo de investigación se apuntó inicialmente que una de las pretensiones principales era indagar la utilidad y la pertinencia de la aplicación de métodos cualitativos en el estudio de los procesos mentales denominados representaciones sociales, a través de técnicas empleadas por la psicología social, la comunicación y la antropología. Así, este es un trabajo que tuvo la aspiración de experimentar técnicas para el estudio de representaciones sociales a propósito de AINCCA, S. C. que nos posibilitaron la identificación de la construcción de representaciones e identidad de esta organización.

Asimismo, otro objetivo fue dar cuenta de cómo se construyen las representaciones y la identidad de AINCCA, S. C., siendo ésta una organización denominada como Agencia de Investigación en Comunicación, de Capacitación y de Asesoría. El interés particular, radicó esencialmente por tratarse de una entidad que buscaba ofrecer diversos servicios que permitieran que otras personas, grupos, organizaciones e instituciones mediante la comunicación se vieran beneficiadas y su espacio fuese habitable plenamente. También nos pareció un digno objeto de estudio por los conocimientos que de ahí se derivaron en términos de gestar un proyecto autogestivo, que en su idea original pensaba ser una cooperativa, luego una empresa y finalmente, simplemente se concibieron como una organización.

La perspectiva teórica bajo la cual se enmarcó nuestro estudio fue la "Teoría de las representaciones sociales", propuesta de la psicología social, desde los presupuestos y argumentos de su fundador Serge Moscovici, además de contemplar a algunos de sus seguidores: Jean Claude Abric y Flament con su teoría del núcleo central, también otros autores que han hecho trabajo experimental a propósito de las representaciones sociales como Denise Jodelet, Willem Doise, Mugny y Carugati, entre otros.

De esta forma nos inquietó saber cómo se fueron constituyendo diferentes representaciones a propósito de AINCCA, S. C., por parte de sus miembros fundadores y personas que estuvieron en contacto muy estrecho al recibir algún producto / servicio ofrecido por esta organización.

Cabe decir que incidimos, del repertorio de representaciones, particularmente, en la identidad, en virtud de que, ésta da cuenta del ser, la caracterización y la diferenciación ante otros. Y de una u otra manera la identidad organizacional marca las líneas generales de hacer, pensar y decir de toda organización. Así, lo primero fue conocer, para luego entender qué es AINCCA, S. C.

Y dado que este trabajo estuvo inscrito en una lógica focalizada hacia una organización en específico, su naturaleza es de carácter exploratoria, razones por las cuales las inferencias tienden a ser subjetivas, además de ser de corte cualitativo porque optamos por entrevistar a profundidad a dos de los miembros fundadores de AINCCA, S. C. y luego proceder a decodificar e interpretar, asimismo, retomamos el cuestionario para reconstruir los aspectos y la caracterización identitaria que hicieron nuestros informantes en torno a esta organización con la cual tuvieron contacto.

De este modo para la obtención de información, seleccionamos a dos muestras de informantes. Una estuvo conformada por personas que hayan recibido algún servicio y tuvieron contacto estrecho con AINCCA, S. C.; y la otra por los miembros fundadores de esta organización, se les aplicaron cuestionarios y entrevistas, respectivamente. La idea de esta selección obedeció a tener una visión interna y externa, esto significa, que la imagen / representación de AINCCA, S. C. la pudimos completar a partir de tres ángulos: 1) lo que la organización, formalmente, dice ser; 2) lo que los miembros fundadores, desde dentro, miran; y 3) lo que los otros miran, de acuerdo a lo que AINCCA, fácticamente, logró proyectar hacia el exterior.

Retomando los objetivos de esta investigación, lo que buscamos fue:

- Identificar los elementos constitutivos de la representación y la identidad de AINCCA, S. C. por parte de los miembros fundadores de esta organización y personas cercanas o que hayan recibido algún servicio o producto.
- Detectar las diferencias y semejanzas entre las dos muestras seleccionadas respecto a la representación e identidad de AINCCA, S. C.
- Identificar de qué manera se complementan ambas perspectivas para dar cuenta de la identidad de AINCCA, S. C.
- Evaluar la identidad organizacional de AINCCA, S. C., a partir de sus dominios (relaciones, propósitos y capacidades).

Ahora bien, en consecuencia a las aspiraciones de esta investigación y después del análisis, podemos indicar que a pesar de compartir la experiencia AINCCA, persisten ideas disímbolas respecto a la construcción, reflexión y abstracción de esta organización que mucho se ven afectadas, impregnadas y permeadas por las propias visiones de los miembros fundadores. A pesar de que la representación contempla la intersección entre lo psicológico/personal y lo social (grupo, organización, institución) a partir de experiencias, informaciones, conocimientos, modelos del pensamiento (tradicción, educación y comunicación), por eso la intersección entre lo psicológico y lo social.

Así, también en tanto el acto de representación social es “representación de algo o de alguien”, en este caso sobre AINCCA, S. C. y el sujeto es quién lleva a cabo la actividad simbólica y cognitiva para orientar los comportamientos y la construcción de la realidad se observa, por ejemplo, pensar, imaginar y vislumbrar la imagen de AINCCA, vista a la representación como doble sistema,

en lo alusivo al sistema periférico podemos decir que la representación está constituida por lo que proyecta, por una parte y por la otra, por lo que en términos formales se establece resulta ser congruente. Recordemos que los elementos periféricos se organizan alrededor del núcleo central y sus funciones son de concreción, regulación y defensa (ver apartado 1.5)

Sin embargo, si nos vamos al sistema del núcleo central de la representación respecto a AINCCA se pueden apreciar diferencias marcadas por los propios fundadores. Es decir, no necesariamente la heteroimagen-heteroidentidad de AINCCA, S. C. corresponde del todo con la auto imagen-auto identidad de la misma. Aunque si se logra que conforme a la teoría de las representaciones sociales, la representación vista como sistema contextualizado, ya sea por el contexto discursivo y/o por el contexto social, persiste compatibilidad, a pesar de las diferencias que se han evidenciado, anteriormente.

Ahora bien, si acatamos las funciones de las representaciones sociales: 1) funciones de saber, permiten entender y explicar la realidad (Moscovici); 2) funciones identitarias, definen la identidad y permiten la salvaguarda de la especificidad de los grupos (Mugny y Carugati); 3) funciones de orientación, conducen los comportamientos y las prácticas (Abric, Codol y Flament); y 4) funciones justificadoras, permiten justificar a posteriori las posturas y los comportamientos (Avigdor, Wilson y Cayatani). Encontramos lo siguiente:

- Las explicaciones dadas por los fundadores se materializan en el discurso elaborado a propósito de AINCCA y se apoyan argumentativamente mediante sus experiencias y conocimientos, desde una postura personal, pero al mismo tiempo adscritos a esta organización.
- Hay una caracterización que nos da cuenta de una manera de ser -identidad-, es decir, a través de la conversación persiste un reconocimiento, aunque ambiguo porque se evidencia la diferencia entre lo que es lo personal, por una parte y por la otra, lo que es organizacional.
- Es evidente que al interior de AINCCA se construyeron y se dieron en lo cotidiano formas particulares de hacer, los fundadores nos remiten al comportamiento, el cual abarca procedimientos, acciones y estrategias propias de las relaciones de trabajo y personales. Mismas, que se ven reflejadas hacia el exterior y repercuten en la coincidencia de una buena imagen, reportada y reconocida por quienes tuvieron contacto con esta organización.
- A través de las entrevistas realizadas y conforme transcurría la conversación se da un ajuste y revaloración de la información dada, lo cual demuestra reflexión y conocimiento, por parte de los fundadores, a propósito de ese hacer dentro de AINCCA.

Cabe destacar que el comportamiento de los individuos o de los grupos, en este caso de AINCCA, es determinado directamente por los componentes de su representación de la situación que toman una importancia relativa según el contexto y la finalidad de la misma. Estos componentes son: representación de sí,

de la tarea, de los otros y del contexto en que actúan y determinan la significación de la situación de los sujetos e inducen por eso los comportamientos, las gestiones cognitivas y el tipo de relaciones interindividuales o intergrupos.

Así, el sistema central o núcleo central es entendido como un determinante social asociado a los valores y normas; y el sistema periférico como un determinante individual y contextual, asociado a las características individuales y al contexto inmediato.

Bajo lo antes señalado y conforme a la identidad como una representación, concretamente la imagen de AINCCA, S. C., desde la visión de la primera muestra, (informantes externos) encontramos los siguientes indicadores del núcleo central con sus respectivos elementos periféricos: *Definición*; organización con proyecto, empresa de consultoría en comunicación, con consultores y asesores expertos, y ofrece diversos servicios de investigación para empresas y personas. *Identificación / recuerdos*; identificación por sus ideales y compromisos, se sintieron apoyados y con seguridad, lugar propicio para trabajar, y ambiente de cordialidad. *Proyección / imagen*; profesional, comprometida, con método, falta de delimitación de funciones, y transmitir más coordinación y unión. *Servicio*; asesoría personal, metodología, herramientas, apoyo profesional, y con reglas. Y *valores*; compromiso, responsabilidad, constancia, honestidad y humildad.

Desde la óptica de la segunda muestra, (informantes internos) encontramos los siguientes indicadores del núcleo central con sus respectivos elementos periféricos: *Definición*; cooperativa y empresa. *Comportamiento*; de competencia, conflictivo y acomodaticio. *Deseos de proyección*; profesionalismo, confianza, responsabilidad, AINCCA como un espacio socio-cultural, y eficacia-eficiencia. *Alcances-limitaciones de AINCCA*; éxito, satisfacciones, capacidades, "generación de productos brillantes", competencia como motor de esfuerzo, logros individuales más que colectivos, lógica de lo colectivo escindida, y depreciación de las relaciones personales. *Experiencia de AINCCA*; organización que inicia sin experiencia en la gestión del proyecto AINCCA, le apuesta al conocimiento, evolución progresiva, "del desconocimiento al conocimiento del proyecto, de los integrantes", desconocimiento sobre la organización de una cooperativa, y adquisición de "mucho experiencia personal". *Expectativas*; crecimiento, conocimiento, experiencia, y "realizar un proyecto... un sueño". *Lo ofrecido*; trabajo, disciplina, responsabilidad, doble discurso, incongruencia, inconsistencia e inconsciencia. *Lo recibido*; satisfacciones personales y profesionales, experiencia, aprendizaje, reflexiones, y "seguridad, la seguridad de que no puedo estar seguro de todo...". *Elementos significativos*; el proyecto, gran oportunidad, y experiencia muy importante por la implicación personal. *Elementos de identificación*; con las personas, con el aprendizaje, "como un lugar de la vida", con un ideal al que se aspira, y con lo desconocido. *Conflicto*; necesario, productivo y creativo. *Capacitación*; buena, y positiva. Y *valores*; ambiciosos, e incongruencia para alcanzarlos.

Como se puede observar, acorde a lo delineado, la representación sobre AINCCA en suma es diferente entre una y otra muestra, sin embargo, todo ello nos habla de lo qué es y no es esta organización, es decir, se completa y complementa la visión sobre las representaciones y la identidad de AINCCA. Aunado a esto englobamos las inferencias encontradas para aproximarnos hacia una evaluación de la identidad organizacional de AINCCA (ver apartado 3.5) con una tríada mediada y pautada por los dominios (relaciones, propósitos y capacidades) no se logra consolidar del todo una identidad de AINCCA, S. C.. En tanto, que en toda organización idealmente hablando deberían prevalecer en equilibrio y armonía dichos dominios que permitan al mismo tiempo dar movilidad a los procesos (asunción y adjudicación de roles, productividad y capacitación) que articulen los dominios.

De este modo, por lo encontrado en las respuestas y referencias de los informantes, la lectura nos indica que en AINCCA, S. C., al interior de las relaciones son negativas fácticamente; mientras que las capacidades ideal y fácticamente son positivas; y los propósitos son idealmente positivos y en práctica negativos. Esto significa que la incidencia en los procesos de productividad y asunción y adjudicación de roles se vea mermada; y a pesar de que el proceso de capacitación sea, aparentemente menos afectado, la dinámica y la movilidad para el desarrollo y el crecimiento deseables, también tiende a verse permeado, recordemos que aunque nos refirieron la existencia de capacidades y gente brillante, además de contar idealmente con pretensiones, propósitos muy buenos (ver apartados 2.1 y 2.4) esto se queda en un nivel individual y se supone que tanto lo personal, como de la idea de lo colectivo subyace la identidad organizacional.

Es pertinente advertir que como en toda evaluación los parámetros e indicadores para hacerlo son subjetivos, sin embargo, quisimos ilustrar bajo un simple criterio, aunque polarizado (positivo y negativo), pero con la intención de mirar en abstracto la complejidad y las interacciones entre dominios y procesos, mismos que de una u otra manera, nos hacen mirar a la organización desde una lógica completa y compleja, pero podemos de cualquier manera remitirnos a los resultados (apartado 3.4). Además, esta tríada puede ser modelo de aplicación a otras organizaciones.

Por otra parte, si consideramos que la representación está constituida por un conjunto de informaciones, de creencias, de opiniones y de actividades a propósito de un objeto dado. Con esta investigación hemos indagado, a través de nuestros informantes la construcción de representaciones a propósito de AINCCA y su identidad, porque en función de lo esbozado hemos podido conocer desde lo personal hasta lo grupal como se ha concebido esta organización, cómo se caracteriza, cuáles son sus elementos identitarios y otras cosas que colateralmente abren la perspectiva de análisis y estudio, no sólo en este trabajo sino para otras posteriores investigaciones preocupadas por abordar analíticamente el comportamiento y la cultura organizacional. Este trabajo deja tan sólo un precedente de cómo podrían abordarse las representaciones, porque la

teoría de las representaciones sociales es una perspectiva relativamente nueva, por lo poco conocida, pero realmente hemos visto a través de esta investigación que su presencia está desde pensadores como Heidegger, Hegel, Kant, Marx y Durkheim, entre otros.

En síntesis, nos parece que la identidad es una imagen (representación) que tiene sobre sí mismo el individuo y que ésta se representa y se conforma o bien se constituye a partir de los otros. También encontramos que la identidad depende de la representación social, misma que coexiste en lo individual mediante procesos que sirven para construir y entender la realidad.

Cabe señalar que a partir de lo anterior, el principio de diferenciación juega un papel muy importante para la constitución de identidades, porque a partir de las diferencias con el (los) otro (s) reconozco mi propio ser, mi mí mismo, mi autoidentidad, mi yo. Ahora bien, independientemente de las dimensiones que la identidad pueda tener, en las interacciones que el sujeto establece para vincularse con el (los) otro(s) se establecen marcos de interpretación, a través de códigos, circunstancia personal, convenciones, valores, normas y reglas expuestas de manera explícita o implícitamente en los grupos, de tal manera que las relaciones son formas que proyectan identidad.

También es vital resaltar que en el ámbito de las prácticas y hábitos diarios dentro de los grupos se muestran mezclas culturales, en tanto que la cultura es influida, entre otras cosas, por las emociones, los sentimientos, las creencias, las tradiciones, las relaciones sociales, los valores, los mitos, los significados, los símbolos, la racionalidad, las formas simbólicas, las expresiones, los referentes, etcétera. Lo cual encuadra los procesos de producción cultural y en estos está la coexistencia de identidades, dado que en lo social se entreteje la idea que tiene sobre sí misma una sociedad y el referente de integración permite la autorrepresentación de adscripción a un grupo y al mismo tiempo a una sociedad, es decir, prevalece un acuerdo sociocultural.

A partir de lo anterior podemos decir que la identidad es una representación, por lo tanto la identidad colectiva es una clara representación y la identidad individual se da y coexiste a través de los otros y con los otros. Es decir, somos representaciones. Y en la medida en que marco -invisiblemente- mis diferencias / límites con el (los) otro(s), al mismo tiempo se reconoce a la otredad, paulatinamente se establece la interacción social, donde convergen las coincidencias, esto significa, encontrarme y trastocarme en el (los) otro(s) para identificarnos, construirnos, deconstruirnos, representarnos.

Respecto a la conformación de identidad, bajo la lógica de la construcción de la realidad social, la identidad constituye un elemento clave de la realidad subjetiva y por ello se encuentra en una relación dialéctica con la sociedad; la identidad se forma por procesos sociales; y la identidad es mantenida, modificada o reformada por las relaciones sociales y esto se determina por la estructura

social. Así, la identidad es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad; y las identidades son productos sociales.

Además, creemos que la disposición de y con los otros en toda interacción, se da a través de la dimensión integrativa que el individuo dispone en función de su propio marco de interpretación. Mismo que va de acuerdo a su circunstancia personal y su contexto biográfico, acatando y adaptando, por supuesto las normas, los códigos, las convenciones (convenios), los valores, y las políticas establecidas de forma implícita o explícita, formal o informalmente en un grupo para relacionarse e interactuar con los otros.

Cabe resaltar que, en el tejido social y en la construcción de éste no solamente encontramos a los individuos que la componen, el territorio que ocupan, las cosas que utilizan y los actos que realizan, sino que la sociedad está constituida por la idea que tiene sobre sí misma, esto es, la identidad colectiva supone la definición cultural institucionalizada de una sociedad de referencia, siendo el referente *nosotros*, la punta de lanza para identificarnos como parte integrativa de... La autorrepresentación de la sociedad proporciona un consenso sociocultural básico en torno a una serie de constelaciones de significado que hacen posible una comprensión del mundo, un sentido, unos valores fundamentales que configuran la sociedad buena, deseable, en una palabra el ideal de sociedad. A partir del *nosotros* (pertenencia-inclusión) los individuos pertenecen a una sociedad porque participan de su estructura de significaciones sociales (normas, valores, mitos, ideas, proyectos, tradiciones, entre otros) y porque comparten la voluntad de pertenecer a su sociedad y no a otra, por ejemplo, y procuran preservar su existencia.

La construcción de representaciones también está dada en un fluir de la vida social y se ve influida por un espacio y un tiempo con relación a un contexto, esto puede ser en una organización, misma que se encuentra atravesada por instituciones y éstas se encuentran en la ejida social. Además, a partir del lenguaje se construyen abstracciones, imágenes, realidades y representaciones; y el uso del lenguaje se inserta en las actividades de la vida cotidiana de los actores y da sentido a la realidad que se vive en los grupos y en las organizaciones a las que pertenecemos, nos adscribimos, nos identifican y nos reconocen.

Ahora bien, la incidencia de los medios de comunicación y lo que implica la experiencia mediática en los individuos, indudablemente atraviesa la cosmovisión, o mejor dicho el sistema cognitivo (de representaciones) y al mismo tiempo contribuyen en menor o mayor medida en la constitución de identidad. La identidad es un reconocerse, es la imagen que cada quien se da de sí mismo. Además, la identidad tiene que ver con la organización de las *representaciones*.

Podríamos de esta manera entender que las representaciones, en un sentido general, son imágenes mentales evocadas cognitivamente, a partir de creencias, referentes, reglas, códigos, comportamientos, roles, rasgos y valores compartidos y reconocidos por los miembros de un grupo o de una sociedad. Por

tanto, la identidad es una representación y la impresión que nos formamos de otra persona es el resultado de la elaboración de estructuras definidas a través de una representación social de la persona. Recordemos que la búsqueda de identidad implica reconocer la propia identidad (individual) y al mismo tiempo reconocer al otro a partir de sus diferencias.

La representación de la organización se refuerza a sí misma en la actividad cotidiana y con el tiempo se instala en el nivel de los símbolos en forma de ideologías, mitos, valores y creencias. Los participantes incorporan y activan esta representación. La identidad organizacional es una construcción en la cual confluyen las distinciones propias del estado interno del sistema observador (vemos lo que creemos), junto con los cambios o perturbaciones que llegan desde el medio ambiente (creemos lo que vemos). En esta intersección hay rasgos que permanecen en el tiempo.

Así, es posible distinguir a una organización por sus rasgos de identidad. Estos rasgos le otorgan singularidad al sistema, permiten afirmar que existe como unidad diferenciada en el ambiente y el respeto de otros sistemas. Además, muestran que la identidad se materializa a través de las formas estructurales. Las organizaciones conservan su identidad porque las producen sus elementos constituyentes, aun cuando cambien las condiciones originales o de creación.

En conclusión, ha sido una experiencia muy grata y que nos ha permitido explorar subjetivamente un objeto de suyo interesantísimo porque estudiar representaciones es de una múltiple riqueza, por lo que enmarcamos teóricamente, es decir, se pueden abordar un sin fin de objetos de estudio. Abre una panorámica distinta de ver a las organizaciones, a diferencia de lo que se piensa y se hace tradicionalmente, así creemos se puede transitar de otras formas. Es un trabajo que hace una especie de "radiografía" de AINCCA, de tal manera que puede servir como un documento de consulta o memoria de esta organización. Asimismo, epistemológicamente se evidencia lo fundamental que son las representaciones para la comunicación, y ésta en las organizaciones.

Puede resultar atractivo para la gente interesada en dar cuenta de la construcción social, a partir de las representaciones que se generan en la ejida de lo social, además de considerar el punto de vista cultural en tanto estamos dando cuenta de la identidad, desde esta lógica, pero al mismo tiempo sostenemos que la identidad es una representación, y cómo se intersecta lo social con lo psicológico; la identidad individual y social. Igualmente, damos nociones desde el punto de vista social, psicológico, cultural, organizacional, comunicativo y antropológico.

También, colateralmente se fueron haciendo una serie de reflexiones a propósito de la construcción de las representaciones y la identidad. Con esta investigación, aunque específicamente focalizada y de corte cualitativo, podemos decir que satisfactoriamente nos revela cosas muy interesantes y al mismo tiempo corroboramos que los métodos cuantitativos pueden ser complementados y

completados con elementos cualitativos y viceversa. Todo dependerá del objeto de estudio abordado, del problema de investigación, de los intereses del estudio y de la pertinencia de aplicación al propio objeto de estudio. Cabe señalar que por tratarse de abordar a las representaciones de AINCCA, S. C. nos fue más pertinente la utilización de métodos cualitativos para dar profundidad y énfasis a la estructuración y contenido de las representaciones por parte de los informantes. De esta manera creemos que es de gran valor haber recorrido esta posible vía que sin duda abre otras brechas por andar.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- ABRIC, Jean-Claude, Prácticas Sociales y Representaciones. Ediciones Coyoacán, México, 2001.
- ACEVES, José Ignacio et. al. (compiladores), Antología en Comunicación. UNAM, ENEP-Acatlán.
- ACKOFF, Russell, Las Fábulas Antiburocráticas de Ackoff. Reflexiones irreverentes. Ediciones Granica, España, 1993.
- AGUILAR, Vieyra Griselda, Epistemología y Teoría de la Comunicación: La Comunicación desde los Paradigmas Clásicos. Apuntes Didácticos. Tesis de Licenciatura, ENEP-Acatlán, México, 1997.
- AGUILAR, Vieyra Griselda, "Un modelo general de diseño de investigación en comunicación (propuesta)". En: Métodos y Técnicas de Investigación. Cuadernos de trabajo. No. 4, ENEP-Acatlán, México, 1999.
- AINCCA, S.C., Apuntes para una Fundamentación de la Comunicación y sus Prácticas. (apuntes inéditos) México, 1998.
- AINCCA, S.C., Consideraciones a Propósito de un Proyecto de Comunicación Organizacional. (artículo inédito), México, 1999.
- AINCCA, S. C., Evaluación. México, 1999.
- AINCCA, S.C., Folleto de Presentación. México, 1999.
- AINCCA, S.C., La Comunicación Institucional en el Senado de la República. (proyecto inédito) México, 1998.
- AINCCA, S. C., Proyecto de Comunicación Organizacional "José Cuervo". (proyecto inédito), México, 1998.
- AINCCA, S. C., Valores. México, 19 de abril de 1999.
- ANDER-EGG, Ezequiel, Técnicas de Investigación Social. Ed. Ateneo, Buenos Aires, 1990.
- ANTOLOGÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO. ENEP-Acatlán, México, 1979.
- ANUARIO DE PSICOLOGÍA. Facultad de Psicología, Universidad de Barcelona, Volumen 31, No. 3, Ed. Paidós, Barcelona, 2000.
- BAENA, Paz Guillermina, Instrumentos de Investigación. Editores Mexicanos Unidos, s.a., 20a. reimpresión, México, 1996.
- BARTOLI, Annie, Comunicación y Organización. Ed. Paidós, España, 1993.
- BATESON, Gregory et. al., La Nueva Comunicación. Ed. Kairos, Barcelona, 1993.
- BATESON, Gregory, Pasos hacia una Ecología de la Mente. Una aproximación revolucionaria a la autocomprensión del hombre. Ed. Planeta, Argentina, 1991.
- BAUMAN, Zigmunt, "Modernidad y ambivalencia". En: Las Consecuencias Perversas de la Modernidad. Ed. Anthropos, Barcelona, 1997.
- BECK, Ulrich, ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.
- BERGER, Peter L. y LUCKMANN, Thomas, La Construcción Social de la Realidad. Amorrortu editores, Argentina, 1999.

- BERGER, Peter L. y LUCKMANN, Thomas, Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno. Ed. Paidós, Barcelona, 1997.
- BERIAIN, J. La Integración en las Sociedades Modernas. Ed. Anthropos, Barcelona, 1996.
- BERTUCCELLI, Papi Marcella, Qué es la Pragmática. Ed. Paidós, España, 1996.
- BOURDIEU, Pierre, Cosas Dichas. Ed. Gedisa, Barcelona, 1996.
- BOURDIEU, Pierre, CHAMBOREDON, Jean-Claude y PASSERON, Jean-Claude, El Oficio de Sociólogo. Siglo Veintiuno Editores, 19a. ed., México, 1996.
- BOURDIEU, Pierre, La Miseria del Mundo. Ed. Fondo de Cultura Económica, Argentina, 1999.
- BOURDIEU, Pierre, La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto. (Crítica social del juicio de gusto, primera parte). Editorial Taurus, España, 1988.
- BURKE, Peter, Historia y Teoría Social. Instituto Mora, México, 1997.
- BRAUDEL, Fernand, La Historia y las Ciencias Sociales. Ed. Alianza, 8a. reimpresión, México, 1990.
- BRONOWSKY, Jacob, El Ascenso del Hombre. FEI, México, 1979.
- BRUNEAU, Jean Pierre, Psicoanálisis y Empresa. Ed. Vergara, Buenos Aires, 1993.
- CARRIZOSA, Hernández Silvia (Compiladora), Cuerpo: Significaciones e Imaginarios. UAM, Xochimilco, México, 1999.
- CASSIRER, Ernst, Antropología Filosófica. Introducción a una Filosofía de la Cultura. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1974.
- CERDA, Enrique, Psicología Aplicada.
- CHARTIER, Roger, El Mundo como Representación. Historia cultural: entre práctica y representación. Ed. Gedisa, 4ª. Reimpresión, Barcelona, 1999.
- CONEICC-IV Encuentro nacional, Crisis y Comunicación en México. Universidad de Colima, 1986.
- CROZIER, Michel y FRIEDBERG, Erhard, El Actor y el Sistema. Las restricciones de la acción colectiva. Alianza Editorial Mexicana, México, 1990.
- D'APRIX, Roger, La Comunicación, Clave de la Productividad. Ed. Limusa, México, 1986.
- DAVIS, Keith y NEWSTROM, John, El Comportamiento Humano en el Trabajo. Comportamiento organizacional. Ed. McGraw-Hill, 2ª. Ed., México, 1989.
- DE MORAGAS, Miquel Spá, Sociología de la Comunicación de Masas. Escuelas y Autores; y III. Propaganda Política y Opinión Pública. Ed. Gustavo Gili, 2a. ed., Barcelona, 1986.
- DE MORAGAS, Miquel Spá, Teorías de la Comunicación. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- DEELY, John, Los Fundamentos de la Semiótica. Universidad Iberoamericana, México, 1996.
- DOISE, Willem, DESACHAMPS, Jean-Claude y MUGNY, Gabriel, Psicología Social Experimental. Autonomía, diferenciación e integración. Ed. Hispano Europea, España, 1980.
- DONDIS, Donis A., La Sintaxis de la Imagen. Ed. Gustavo Gili, 6a. ed., Barcelona, España, 1985.
- DURKHEIM, Emile, Las Formas Elementales de la Vida Religiosa. Ediciones Akal, Madrid, 1992 (Traducción y estudio preliminar: Ramón Ramos).

- DURKHEIM, Emile, Las Reglas del Método Sociológico y Otros Escritos sobre Filosofía de las Ciencias Sociales. Alianza Editorial, México, 1998. (traducción, introducción y notas: Santiago González Noriega).
- DUVERGER, Maurice, Sociología de la Política. Elementos de Ciencia Política. Ed. Ariel, Barcelona, 1975.
- ECO, Umberto, Cómo se hace una Tesis. Técnicas y Procedimientos de investigación, estudio y escritura. Ed. Gedisa, ed. 19, Barcelona, 1996.
- ECO, Umberto, Apocalípticos e Integrados. Ed. Lumen, España 1977.
- ECO, Umberto, La Estructura Ausente. Introducción a la semiótica. Ed. Lumen, Barcelona, 1975.
- ENGELS, Federico, El Papel del Trabajo en la Transformación del Mono en Hombre. Editorial Progreso, Moscú, 1988.
- ENSAYOS DE COMUNICACIÓN, Cuaderno de trabajo, No. 3 por el Colegio de Educación y Comunicación, Escuela Nacional de Estudios Profesionales, Acatlán, México, 1999.
- ESPIRICUETO, Islas María Esther, "Del Fayolismo a la Administración por Calidad: nuevas tendencias administrativas". En: ADMINISTRATE HOY. No. 14, México, 1995.
- ESTEINOU, Madrid Javier (Coordinador), Espacios de Comunicación. No. 2, Universidad Iberoamericana, México, 1998.
- ETKIN, Jorge y SCHVARSTEIN Leonardo, La Identidad de las Organizaciones. Invariancia y Cambio. Ed. Paidós, España, 1995.
- FARR, Robert, "Las representaciones sociales". En: Moscovici, Serge, Psicología social II. Pensamiento y vida social. Ed. Paidós, Barcelona, 1993.
- FERNÁNDEZ, Christlieb Fátima y YÉPEZ, Hernández Margarita (compiladoras), Comunicación y Teoría Social. Ed. UNAM, FCPyS, México, 1984.
- FERNÁNDEZ, Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones. Ed. Trillas, México, 1991.
- FERRARIS, Maurizio, La Hermenéutica. Ed. Taurus, México, 2000.
- FESTINGER, L. y KATZ, D., Los Métodos de Investigación en Ciencias Sociales. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1992.
- FISCHER, H. R., RETZER, A., SCHWEIZER J. (Compiladores), El Final de los Grandes Proyectos. Ed. Gedisa, Barcelona, España, 1997.
- FISKE, John, Introducción al Estudio de la Comunicación. Ed. Norma, Colombia, 1984.
- FLORES, Carlos Fernando, La Empresa del Siglo XXI. Hachette, Chile, 1990.
- FOUCAULT, Michel, Las Palabras y las Cosas. Siglo XXI, México, 1984.
- FRAGOSO, David (comp.), Análisis de Contenido Cuantitativo. Universidad Anáhuac, México, 1995.
- FRANKLIN, Fincowsky Enrique Benjamín, Organización de empresas. Análisis, diseño y estructura. Ed. McGraw-Hill, México, 1997.
- FUENTES, Navarro Raúl, Crisis y Comunicación en México. Ed. CONEICC, México, 1986.
- GALINDO, Caceres Luis Jesús, Organización Social y Comunicación. Ed. Premia, México, 1987.
- GARCÍA, Canclini Néstor, Consumidores y Ciudadanos. Ed. Grijalbo, México 1995.

- GARCÍA, Canclini Néstor, Culturas Híbridas. Ed. Grijalbo, México, 1990.
- GARCÍA, Canclini Néstor (Coord.), El Consumo Cultural en México. Conaculta, México, 1991.
- GARCÍA, Ferrando Manuel, IBÁÑEZ, Jesús y ALVIRA, Francisco (compiladores), El Análisis de la Realidad Social. Métodos y técnicas de investigación. Ed. Alianza, Madrid, 1986.
- GEERTZ, Clifford, Conocimiento Local. Ensayos sobre la interpretación de las culturas. Ed. Paidós, México.
- GIBSON, James L., IVANCEVICH, John M. y DONNELLY, James H., Las Organizaciones. Comportamiento, estructura y procesos. Ed. IRWIN, México, 1996.
- GIDDENS, Anthony, La Constitución de la Sociedad. Bases para la teoría de la estructuración. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1998.
- GIDDENS, Anthony, HABERMAS, Jürgen, JAY, Martín, Mc CARTHY, Thomas, RORTY, Richard, WELLMER, Albrecht y WHITEBOOK, Habermas y la Modernidad. Ed. Rei, México, 1993.
- GIDDENS, Anthony, "Modernidad y autoidentidad". En: Las Consecuencias Perversas de la Modernidad. Ed. Anthropos, Barcelona, 1997.
- GIMÉNEZ, Gilberto, "La identidad social o el retorno al sujeto". En: Versión. No. 2, Octubre, 1992.
- GODED, Jaime, Los Medios de la Comunicación Colectiva. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1992.
- GOLDHABER, Gerald M., Comunicación Organizacional. Ed. Diana, México, 1984.
- GONZÁLEZ, Rey Fernando, Epistemología Cualitativa y Subjetividad. Ed. Pueblo y Educación, Cuba, 1997.
- GONZÁLEZ, Treviño Jorge, Televisión. Teoría y Práctica. Ed. Alhambra, 3a. reimpresión, México, 1989.
- GRIZE, Jean-Blaise, Logique et langage. Ed. Ophrys, París, 1990.
- HABERMAS, Jürgen, Teoría de la Acción Comunicativa. Tomo I y II. Ed. Taurus, Barcelona, 1988.
- HALL, Edward T., La Dimensión Oculta. Siglo XXI, 17ª. ed., México, 1994.
- HALLYDAY, M. A. K., El Lenguaje como Semiótica Social. La interpretación social del lenguaje y del significado. Ed. Fondo de Cultura Económica, 2ª. ed., Colombia, 1988.
- HELLER, Ágnes, Sociología de la Vida Cotidiana. Ediciones Península, 3a.ed., Barcelona, 1991.
- HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto et. Al., Metodología de la Investigación. Ed. McGraw-Hill, México, 1991.
- IBÁÑEZ, Jesús, Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: teoría y crítica. Ed. Siglo XXI, España, 1979.
- JIMÉNEZ, José, "Los sin patria". En: Nuevos Paradigmas. Cultura y subjetividad. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1994.
- JODELET, Denise, "La representación social, fenómenos, conceptos, teoría". En: Moscovici, Serge, Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Ed. Paidós, Barcelona, 1993.

- JUÁREZ, Chávez Diego, "Atisbos y abismos para investigar la comunicación organizacional desde una perspectiva ecológico-existencial". En: Ensayos de Comunicación Organizacional. Cuadernos de trabajo, No. 1, ENEP-Acatlán, México, 1997.
- JUÁREZ, Chávez Diego, "El Valor Estratégico de la Comunicación". (artículo inédito).
- KATZ, Daniel y KANH, Robert L., Psicología Social de las Organizaciones. Ed. Trillas, México, 1977.
- KÖLER, Wolfgang, Psicología de la Configuración. Ediciones Morata, Madrid, 1967.
- KRAUS, Sidney y DAVIS, Dennis, Comunicación Masiva. Sus efectos en el comportamiento político. Ed. Trillas, México, 1991.
- KRIPPENDORFF, Klaus, Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y práctica. Ed. Paidós, Barcelona, 1990.
- KUHN, Thomas, La Estructura de las Revoluciones Científicas. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1993.
- LAMEIRAS, José y GALINDO, Cáceres Jesús, Medios y Mediaciones: Los cambiantes sentidos de la dominación en México. ITESO, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente y el Colegio de Michoacán, México, 1994.
- LEFEBVRE, Henri, La Presencia y la Ausencia. Contribución a la teoría de las representaciones. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1983.
- LEFEBVRE, Henri, La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno. Ed. Alianza, Madrid, 1972.
- LE GOFF, Jaques, Lo Maravilloso y lo Cotidiano en el Occidente Medieval. Ed. Gedisa, Barcelona, 1994.
- LEÑERO, Vicente y MARÍN, C. Manual de Periodismo. Ed. Grijalbo, México, 1988.
- LULL, James. "Cultura e identidad en el Siglo XXI". En: Diálogos, No. 48, Octubre, 1997.
- MACIEL, González Miguel Ángel, Ensayo sobre los Universos Simbólicos de los Productos Comunicativos del Fin del Milenio. Tesina de Licenciatura, ENEP-Acatlán, México, 1997.
- MAFFESOLI, Michel, El Conocimiento Ordinario. Compendio de sociología. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1993.
- MALETZKE, Gerhard, Sicología de la Comunicación Social. Ed. Época, Ecuador, 1976.
- MALRIEU, Philippe, Psicología y Ciencias Humanas. Ed. de nota al Guadarrama, Madrid, 1971.
- MARDONES, J. M. y URSUA, N., Filosofía de las Ciencias Humanas y Sociales. Ed. Fontamara, 5a. ed., Barcelona, España, 1994.
- MARTÍN, Barbero Jesús, De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Ed. Gustavo Gili, 2a. ed. México, 1991.
- MARTÍN, Barbero Jesús, "Pensar la sociedad desde la comunicación". En: Diálogos, No. 32, marzo, 1992.
- MARTÍN, Serrano Manuel, et. al., Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia. ENEP-Acatlán, México, 1991.
- MARTÍN, Serrano Manuel, La Mediación Social. Ed. Akal, 2a. ed., Madrid, 1978.

- MARTÍN, Serrano Manuel, La Producción Social de la Comunicación. Ed. Alianza, 2a. ed., (reformada) México, 1994.
- MARTÍN, Serrano Manuel, Métodos Actuales de Investigación Social. Ed. Akal, España, 1978.
- MARTÍN, Serrano Manuel, Fuentes Teóricas de la Comunicación. Mimeo, Universidad Complutense, Madrid, 1990.
- MARTÍNEZ De Velasco, Alberto y NOSNIK, Abraham, Comunicación Organizacional Práctica. Ed. Trillas, México, 1988.
- MARTÍNEZ, Miguel, El Paradigma Emergente. Ed. Gedisa, Barcelona, 1993.
- MATTELART, A. y MATTELART, M., Historia de las Teorías de la Comunicación. Ed. Paidós, Barcelona, 1997.
- MERLEAU, Ponty Maurice, Fenomenología de la Percepción. Ediciones Península, Barcelona, 1975.
- MONTEMAYOR, Carlos, Chiapas. La rebelión indígena de México. Editorial Joaquín Mortiz, México, 1998.
- MORGAN, Gareth, Imágenes de la Organización. Ed. Alfaomega-Ra-ma, México, 1991.
- MORIN, Edgar, El Método (Vol. 1). La Naturaleza de la Naturaleza. Ed. Cátedra, Madrid, 1981.
- MORIN, Edgar, "La noción de sujeto". En: Nuevos paradigmas. Cultura y subjetividad. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1994.
- MORLEY, David, Televisión, audiencias y estudios culturales. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- MOSCOVICI, Serge, Introducción a la Psicología Social. Ed. Planeta, Barcelona, 1975.
- MOSCOVICI, Serge, La psychanalyse, son image, son public. PUF, Paris, 1976.
- MOSCOVICI, Serge, Psicología Social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Ed. Paidós, Barcelona, 1986.
- MOUNIN, Georges, Saussure. Presentación y Textos. Ed. Anagrama, Barcelona, 1971.
- MUGNY, G. y CARUGATI, F., L'intelligence au pluriel: les représentations sociales de l'intelligence et de son développement. Cousset. DelVal, 1966.
- MUMBY, Dennis K. y CLAIR, Robin P, "El discurso en las organizaciones". En: VAN, Dijk T. A. El Discurso como Interacción Social Estudios sobre el discurso II. Ed. Gedisa, Barcelona, 2000.
- NOSNIK, Abraham, El Desarrollo de la Comunicación Social. Un enfoque metodológico. Ed. Trillas, México, 1991.
- PAOLI, J. Antonio, Comunicación e Información. Ed. Trillas, 6a. ed., México, 1990.
- PARTIN, J. Jennings, Perspectivas del Desarrollo Organizacional. Ed. Fondo Educativo Interamericano, E. U. A., 1977.
- PEARCE, W. Barnett, "Nuevos modelos y metáforas comunicacionales". En: Nuevos Paradigmas. Cultura y subjetividad. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1994.
- PÉREZ, Ransanz Ana Rosa, Kuhn y el Cambio Científico. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2000.
- PIAGET, Jean, Seis Estudios de Psicología. Ed. Labor, 4a. ed., Colombia, 1995.

- PICAZO, Manriquez Luis y EVADISTA, Lorenza Gabriel, Comunicación Estratégica. Ed. McGraw-Hill, México, 1993.
- PICCINI, Mabel y NETHOL, Ana María, Introducción a la Pedagogía de la Comunicación. Ed. Trillas, 2a. ed., México, 1990.
- POTTER, Jonathan, La Representación de la Realidad. Discurso, retórica y construcción social. Ed. Paidós, España, 1998.
- PRIETO, Castillo Daniel, Elementos para el Análisis de Mensajes. Ed. Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE, México, D.F., 1991.
- PROSHANSKY, Harold y SEIDENBERG, Bernard, Estudios Básicos de Psicología Social. Ed. Tecnos, Madrid, 1973.
- PUTNAM, Hilary, Representación y Realidad. Un balance crítico del funcionalismo. Ed. Gedisa, 2a. ed., Barcelona, 1995.
- RICOEUR, Paul, Si Mismo como Otro. Siglo Veintiuno Editores, México, 1996.
- RIVADEO F., Ana María, Introducción a la Epistemología. Ed. UNAM, ENEP, Acatlán, 8a. ed., México, 1989.
- ROBBINS, Sthepen P., Comportamiento Organizacional. Ed. Prentice-Hall Hispanoamericana, México, 1987.
- ROBBINS, Sthepen P., Fundamentos de Comportamiento Organizacional. Ed. Prentice may, 5ª. ed., México, 1998.
- RODRÍGUEZ, Mansilla Darío, Gestión Organizacional. Elementos para su estudio. Coedición entre la Universidad Iberoamericana y la editorial Plaza y Valdés, México, 1996.
- ROGERS, Everett M., La Comunicación de las Organizaciones. Ed. McGraw-Hill, México, 1988.
- ROJAS, Soriano Raúl, Guía para realizar Investigaciones Sociales. UNAM, Textos Universitarios, 6a. ed., México, 1981.
- SAGAN, Carl, Los Dragones del Edén. Especulaciones sobre la evolución de la inteligencia humana. Ed. Grijalbo, México, 1984.
- SARTRE, Jean-Paul, El Ser y la Nada. Ensayo de ontología fenomenológica. Ed. Alianza, 1a. reimpresión, México, 1986.
- SCHVARSTEIN, Leonardo, Psicología Social de las Organizaciones. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1995.
- SOLARES, Blanca, El Síndrome Habermas. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, México, 1997.
- STRAWSON, P. F., Individuos. Ed. Taurus Humanidades, Madrid, 1989.
- SZASZ, Ivonne y LERNER, Susana (Compiladoras), Para Comprender la Subjetividad. Investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad. Ed. Colegio de México, México, 1996.
- TAYLOR, S. y BOGDAN, R., Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación. Ed. Paidós, Madrid, 1995.
- THOMPSON, J., Ideología y Cultura Contemporánea. Ed. UAM Xochimilco, México, 1994.
- THOMPSON, John B., Ideología y Cultura Moderna. UAM Xochimilco, 2a. ed. México, 1998.
- THOMPSON, John B., Los Medios y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.

- TOSTADO, Span Verónica, Manual de Producción de Video: Un enfoque integral. Ed. Alhambra, México, 1985.
- TOURAINÉ, Alain, Igualdad y Diversidad. Las nuevas tareas de la democracia. Ed. Fondo de Cultura Económica, 2a. ed., México, 2000.
- TOURAINÉ, Alain, Podremos Vivir Juntos. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1998.
- TOUSSAINT, Florence, Crítica de la Información de Masas. Ed. Trillas, México, 1991.
- VAN, Dijk, T. A. (compilador), El Discurso como Interacción Social. Estudios sobre el discurso II. Ed. Gedisa, Barcelona, 1997.
- VAN, Dijk, T. A., Ideología. Ed. Gedisa, España, 1998.
- VARELA, Francisco J., Conocer. Ed. Gedisa, Barcelona, España, 1996.
- VASILACHIS, De Galindo Irene, La Construcción de Representaciones Sociales. Discurso político y prensa escrita. Ed. Gedisa, Barcelona, 1997.
- WATZLAWICK, Paul y KRIEG, Peter (Comps.), El Ojo del Observador. Contribuciones al constructivismo. Ed. Gedisa, 2a. ed., Barcelona, 1995.
- WHITTAKER, James O., La Psicología Social en el Mundo de Hoy. Ed. Trillas, México, 1979.
- WIENER, Norbert, Cibernética, control y comunicación en los animales y en las máquinas. Ed. Guadiana, Madrid, 1972.
- WIENER, Norbert, Cibernética y sociedad.
- YÉPEZ, Hernández Margarita, La representación social de democracia en los jóvenes universitarios (Estudio de caso: Análisis comparativo entre los estudiantes de FCPyS y la FCA de la UNAM, Campus CU). Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, División de Estudios de Posgrado, México, 2001.
- YURÉN, Adriana, Conocimiento y Comunicación. Ed. Alhambra Mexicana, México, 1994.

PÁGINAS DE INTERNET CONSULTADAS:

- FOC, Referentes conceptuales, las representaciones individuales y colectivas de Durkheim, Las representaciones sociales según Moscovici y Jodelet, Construcción de una representación social, Formación y estructuración de la representación, La representación social y la psicología popular de Jerome Bruner.
- Revista electrónica, Razón y Palabra, "Comunicación y Democracia", por Patricia Andrade del Cid, 1998.
- Diálogo con Serge Moscovici/SIC (revista)
- Revista electrónica, VIDA UNIVERSITARIA, "Miedo, pena y silencio, fuerzas de acción colectiva", por Ma. Teresa Vélez Meza.
- Tercer sector: Identidad y desafíos (una apuesta a la construcción de ciudadanía), por Inés González Bombal.
- Web: <http://sites.netscape.net>, La página de las relaciones humanas, "El proceso cognitivo: sus efectos en la persona y en las relaciones humanas".
- www_eness_ir-centres-ips-v_esp-i_nemes_archivos.LPS-Themes, Pensamiento Social, Lenguaje y Comunicación e Influencia Social.
- www_cem_itesm_mx.dacs.publicaciones.logos.anteriores.n12.persp12.htm.
- V.V.AA. Comunicación, identidad e integración latinoamericana, 5 vols. Felafacs/opción/Univ. Iberoamericana, México, 1992 y 1994.
- V.V.AA. "Etnografía y Comunicación", ndeg.4monográfico rev. versión, México, 1994.
- VISION, Consultores. Email vision_data.net.mx.
- En el artículo La calidad en la estrategia del negocio, por José Arias Alvarado, jefe del -rea de Consultoría y Calidad de NortonControl, México, 1999, p. 7
- Observatorio español.
- Sistema de comunicación, Debates, No. 29, mayo-septiembre, 2000.
- <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos>

ANEXO 1

INFORMANTE Y CURSO	PREGUNTA 1 ¿Qué imagen tienes de AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores. Seminario-Taller de Metodología para la Elaboración de Trabajos de Investigación en Comunicación	Profesionalismo, exigencia, compromiso. Empresa que mantiene la independencia. Buen concepto, aunque con deficiencias en las reglas y con buen método.
Luis Alfredo Andrade De León. Seminario-Taller de Metodología para la Elaboración de Trabajos de Investigación en Comunicación	De un grupo organizado que no sólo busca su beneficio personal sino el de los demás, comprometidos con su proyecto.
Elizabeth Mata Závala. Seminario-Taller de Metodología para la Elaboración de Trabajos de Investigación en Comunicación	Es una empresa innovadora que ayuda a capacitar a las personas o bien asesora a estudiantes en la realización de investigaciones.
Javier Amado Rodríguez Domínguez. Seminario-Taller de Metodología para la Elaboración de Trabajos de Investigación en Comunicación	Muy bien, partiendo de que su finalidad es la de asesoramiento académico en comunicación.
Elizabeth Manjarrez Aldama. Seminario Taller de Metodología para la Elaboración de Trabajos de Investigación en Comunicación	Es una empresa donde se enseña paso a paso el método que se sigue en una investigación, donde se trabaja arduamente y con interés hacia el alumno.
INFORMANTE	PREGUNTA 2 ¿Cómo definirías a AINCCA, S. C.?
Yolanda Aldaco Albores	Como una empresa de consultoría en investigación en comunicación con consultores y asesores expertos.
Luis Alfredo Andrade De León	Como un buen proyecto y a la vez un buen negocio.
Elizabeth Mata Závala	Empresa de asesoría y capacitación para empresas y estudiantes.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Como una asociación en materia de comunicación para dar asesorías.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Como una empresa que ofrece diversos servicios de investigación comunicativa.

INFORMANTE	PREGUNTA 3 ¿Qué imagen te proyecto AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	Buena y de exigencia.
Luis Alfredo Andrade De León	De un grupo de jóvenes con ideales y con ganas de hacer una labor.
Elizabeth Mata Závala	Una organización con un buen proyecto, pero creo que había un desequilibrio en la distribución de obligaciones del personal que laboraba ahí.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Profesionales y con mucha dedicación.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Una empresa donde se trabaja para transmitir los conocimientos hacia los otros.
INFORMANTE	PREGUNTA 4 ¿Qué te ofreció AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	Asesoría para cubrir un objetivo, hubo flexibilidad, me dieron herramientas y consultoría. Me ofrecieron un traje a la medida de mis necesidades.
Luis Alfredo Andrade De León	La metodología adecuada y necesaria para elaborar mi trabajo y asesoría personal.
Elizabeth Mata Závala	Un gran apoyo para la realización de mi proyecto de investigación. Hablamos de asesorías, de obligarnos a cumplir con los tiempos establecidos.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Asesoramiento y apoyo académico.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Contar con buenos asesores.
INFORMANTE	PREGUNTA 5 ¿Qué esperabas de AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	Que me ayudarán para cubrir mi objetivo, dominio del plan.
Luis Alfredo Andrade De León	Lo que recibí.

Elizabeth Mata Závata	Que hubiera más responsabilidad de los asesores a cargo del seminario, porque de los dos solamente uno aclaraba las dudas.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Que me guiaran y me asesorarán en mi trabajo.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Esperaba más presión para concluir el trabajo en el tiempo pactado.
INFORMANTE	PREGUNTA 6 ¿Cómo calificarías el servicio que te brindó AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	Bueno, con profesionalismo y con reglas.
Luis Alfredo Andrade De León	Muy bueno, con posibilidades de llegar a excelente.
Elizabeth Mata Závata	Bueno, pero creo que si el curso estaba bajo la responsabilidad de dos asesores, solamente se recibió el apoyo de uno.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Muy bueno en cuestiones académicas.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Como bueno en general.
INFORMANTE	PREGUNTA 7 ¿Te sentías identificado (a) en AINCCA, S.C., por qué?
Yolanda Aldaco Albores	A mi no me pareció importante estar todo el tiempo en las instalaciones, me funcionó, personalmente, cubrir mi objetivo de acuerdo a mis tiempos.
Luis Alfredo Andrade De León	Si, por sus ideales y compromisos.
Elizabeth Mata Závata	Si me sentí a gusto, las asesorías fueron dinámicas y nos ayudaron a comprometernos a cumplir con los tiempos establecidos.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	No porque fue simplemente un trabajo de asesoría.
Elizabeth Manjarrez Aldama	A nivel compañerismo sí, pero en general con el proyecto poco, ya que muchas veces siento que algunos asesores tenían y mostraban bajo compromiso con los trabajos.

INFORMANTE	PREGUNTA 8 ¿Qué recuerdas de AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	El lugar y que siempre había gente.
Luis Andrade De León	Su metodología.
Elizabeth Mata Závala	Un ambiente cordial, que muchas veces terminaba en charlas de temas diversos.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Una muy buena asesoría.
Elizabeth Manjarrez Aldama	El ambiente, el lugar era agradable y apropiado para las asesorías.
INFORMANTE	PREGUNTA 9 ¿Cuáles fueron los problemas a los que te enfrentaste en AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	Falta de tiempo de mi asesor.
Luis Alfredo Andrade De León	Horarios propios de alguien que trabaja y la disciplina para retomar el estudio.
Elizabeth Mata Závala	Los tiempos, ya que la carga de trabajo en muchas ocasiones provocaba que me retrasara en la entrega de mis avances.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	A veces falta de comunicación entre el asesor y el asesorado, por las instrucciones no tan claras.
Elizabeth Manjarrez Aldama	La puntualidad, las asesorías no iniciaban a la hora pactada, reconociendo que el problema también era nuestro como asesorados.
INFORMANTE	PREGUNTA 10 ¿Cómo o de qué manera los resolviste o los resolvieron otros?
Yolanda Aldaco Albores	Me ajuste y negociamos otra manera de que se me diera un servicio a la medida de mis tiempos.

Luis Alfredo Andrade De León	Con sus consejos y la empatía para sacar adelante el trabajo.
Elizabeth Mata Závata	Haciendo un esfuerzo y cuando llegaba a no asistir, con el apoyo de mi asesor podía avanzar y entender las dudas que tenía.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Aclarando qué era lo que se requería para plasmarlo en el trabajo.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Nunca se resolvió.
INFORMANTE	PREGUNTA 11 ¿Cómo crees que te percibían en AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	Desagregada.
Luis Alfredo Andrade De León	
Elizabeth Mata Závata	Como una persona que formaba parte del seminario.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	
Elizabeth Manjarrez Aldama	Como una persona cumplida.
INFORMANTE	PREGUNTA 12 ¿Cuál (es) de los valores de AINCCA, S.C. se vio mayormente fortalecido durante tu estancia en esta organización?
Yolanda Aldaco Albores	El compromiso, la motivación y la comunicación.
Luis Alfredo Andrade De León	Compromiso y la disciplina para no abandonar mis objetivos.
Elizabeth Mata Závata	La responsabilidad y la constancia.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	La responsabilidad, la honestidad y la humildad.
Elizabeth Manjarrez Aldama	El interés que se mostró por cada participante.

INFORMANTE	PREGUNTA 13 ¿Qué elemento crees que le faltó a AINCA, S.C. por proyectar?
Yolanda Aldaco Albores	Un poco más de estructura: no había buena delimitación de funciones.
Luis Alfredo Andrade De León	Impulsar a mejorar nuestra situación profesional por la feróz competencia.
Elizabeth Mata Závala	La seriedad y el compromiso por parte de los que laboran en esta organización.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	La vinculación de conocimientos con la práctica profesional.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Más coordinación y unión.
INFORMANTE	PREGUNTA 14 ¿Cómo te sentiste al participar en el taller, seminario o curso ofrecido por AINCCA, S.C.?
Yolanda Aldaco Albores	Bien, porque estuve convencida de que iba a sacar adelante mi objetivo.
Luis Alfredo Andrade De León	Bien.
Elizabeth Mata Závala	Con mayor seguridad para la realización de mi proyecto y con apoyo para aterrizar las ideas que tenía.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Bien por el ambiente y por el asesoramiento.
Elizabeth Manjarrez Aldama	En general bien, creo que los elementos fundamentales para cumplir la meta estuvieron presentes.
INFORMANTE	PREGUNTA 15 Escriba alguna sugerencia, recomendación o algo que quisieras agregar
Yolanda Aldaco Albores	Todo el equipo de una organización debe ser experto. Es muy importante contar con un equipo sólido, profesional y estable, para facilitar la información y el trabajo de asesoría y consultoría.
Luis Alfredo Andrade De León	Quiero que sigan apoyando a la gente, nos hace falta una orientación similar.

Elizabeth Mata Závala	Que se contrate gente profesional y comprometida con el proyecto, que se evalúe constantemente el desempeño de los profesores; que sean más estrictos.
Javier Amado Rodríguez Domínguez	Principalmente, la gente debe de adquirir práctica y no quedarse en los especialistas de toda materia u oficio.
Elizabeth Manjarrez Aldama	Cuando se realiza un proyecto de esta índole se debe tener más coordinación entre las partes interesadas para que los intereses sean más acordes entre todos.

ANEXO 2

<p>INFORMANTE</p> <p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>PREGUNTA 1</p> <p>¿Cómo surge AINCCA?</p> <p>Surge como un proyecto que lo hacen profesores de la ENEP-Acatlán con el objetivo fundamentalmente de trabajar profesionalmente algunas áreas de investigación, de capacitación y de asesoría con con el propósito de brindar servicios profesionales de tipo empresarial no sólo a nivel de trabajo sino como una forma de vida, sobre todo para salirnos de la Universidad y permitimos tener otros ingresos y otro aprendizaje a nivel simbólico.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Pues en realidad, yo creo que parte de una idea general vinculada a dos principios: un principio digamos laboral, que consistía en tratar de generar una fuente de ingresos que a un grupo de personas en particular que sostenían una relación amistosa les permitiera tener una independencia económica en relación con el trabajo que se venía desempeñando siempre vinculado a instituciones. A instituciones, en este caso instituciones de educación superior, que aunque te ofrecían ciertas posibilidades de desarrollo profesional, de desarrollo intelectual, eh, también es cierto que tenían límites a lo que podría haber sido, digamos el desarrollo de una vida como investigadores, de una vida como personas que produjéramos conocimiento, además por supuesto de ganar dinero, es decir, que no estuviéramos desvinculadas esas dos cosas: tener un desarrollo intelectual libre, este, un desarrollo intelectual profundo, donde pudiéramos aplicar las cosas que habíamos aprendido en nuestra formación personal y en nuestra vida en proyectos que sirvieran para desarrollar instituciones, organizaciones, grupos y a otras personas, ese es un primer aspecto; y el otro aspecto creo que era también tratar de ver a partir del espacio que iba a ser AINCCA la posibilidad de abrir un espacio para el desarrollo de personas que tuvieran algún tipo de vínculo con nosotros como podían haber sido otros amigos, como podían haber sido eventualmente quizás algunos familiares o como podía haber sido el caso de algunos alumnos por los que teníamos algún tipo de preocupación y que queríamos, digamos abrirles esa fuente laboral, sobre todo considerando que algunos de ellos se iban a enfrentar, pues a problemas muy fuertes en términos de la representación que el espacio social tiene de lo que es el egresado de la UNAM, entonces era, digamos un abrir un espacio de oportunidad para otras personas que tuvieran cierto tipo de formación académica, cierto tipo de intereses profesionales y cierto tipo de preocupaciones sociales. Creo que son dos de los principios básicos, de ahí que la idea inicial fuera que funcionara bajo el principio de cooperativa. En principio la idea de cooperativa era que comprendiéramos lo que</p>

	<p>implicaba una cooperativa, es decir, una cooperativa te involucra en un tipo de relación emocional, en un tipo de relación intelectual, en un tipo de relación cultural que yo creo que implica en principio un reconocimiento de la necesidad que tienes de los otros para construir un proyecto común donde haya beneficios compartidos y responsabilidades compartidas; que permita que todos puedan involucrarse con honestidad en función de sus intereses, de sus propias expectativas, pero que logren articular esos intereses y esas expectativas particulares dentro de un proyecto común que tenga beneficios colectivos, esa era fundamentalmente la idea de cooperativa. En otras palabras, no es que todos pusieran exactamente lo mismo o se comprometerían a lo mismo, sino dentro de la definición de un compromiso particular, personal, emocional, en función de las condiciones de vida de cada uno se trataba de articular esa particularidad dentro del esquema general de una serie de esfuerzos en distintos niveles y con distintos niveles de ejecución, de acción, de decisión que permitieran a la larga construir un proyecto que a todos nos arrojará los beneficios que de alguna manera podríamos obtener en función de ese compromiso inicial o de ese compromiso particular.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 2 ¿Quiénes conforman AINCCA?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Bueno es una pregunta complicada porque originalmente éramos ocho personas, siete que nos integramos básicamente en un acta constitutiva, jurídicamente y de manera formal bien. Era la Lic. Margarita Romero Capistrán, de grandes recuerdos, la Maestra emérita Edith Martínez Chávez, Griseida Agullar Vleyra, Rafael Díaz Macías, Marcos Castañeda Contreras, Diego Juárez Chávez y un servidor Miguel Ángel Maciel. Moisés Cruz López era quien no estaba, que era nada más como oyente.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S. C.</p>	<p>En principio yo pensé que personas que tenían un nivel de madurez, un nivel de comprensión, un nivel de solidaridad, un nivel de sensibilidad que estaba en disposición de poner su esfuerzo individual al servicio de sí mismos y al servicio de otros.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 3 ¿Cómo definirías el comportamiento de los miembros de AINCCA?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Bueno, yo creo que en un inicio había gran entusiasmo por lo tanto su comportamiento más o menos podía ser de un trabajo coordinado, establecido bien, pero a raíz de muchas situaciones que empezaron a pasar fue un clima realmente problemático; se empezaron a dar enfrentamientos personales, había pugnas, había controles de muchas</p>

<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>cosas, habla despotismo, habla burla; yo creo que era un clima muy complicado, sobre todo el último año de trabajo.</p> <p>Pues, yo creo que hubo muchos problemas, hubo problemas de mucho tipo que marcan el comportamiento, o sea el comportamiento yo lo podría definir como un comportamiento neurótico que en algunos casos, o sea, me refiero a las relaciones, que en algunos casos terminó por volverse esquizofrénico, es decir, medio psicótico y lo atribuyo, pues a que algunas personas tenían o teníamos algunos problemas psicológicos que vimos en el espacio de AINCCA un lugar propicio para proyectar ese tipo de problemas y para en un momento determinado empezar a generar relaciones que fueron o terminaron en varios casos por ser de competencia y de destrucción, creo que hubo en algunos momentos ya situaciones de, de un intento deliberado por afectar a los otros ya no profesionalmente o sabotear su trabajo en términos profesionales, sino incluso intervenir y sabotear en sus vidas. No sólo fue AINCCA lo que potenció este comportamiento, sería muy simple pensarlo, yo creo que sería muy simple, yo creo que las relaciones de nosotros mismos con otras personas, con nuestras parejas, con nuestras familias, con nuestros alumnos, con otros espacios de relación; proyectaban este mismo tipo de comportamiento neurótico, que transitaba de lo neurótico a lo psicótico, o sea, yo creo que sería muy simplista pensar que solamente fue AINCCA, yo creo que en AINCCA experimentamos nosotros una parte de nuestro comportamiento neurótico y psicótico y del comportamiento neurótico y psicótico de los otros, pero la verdad creo que si somos honestos los que trabajamos en AINCCA y somos profundamente autocríticos, encontraríamos esos rasgos de comportamiento en otros espacios. Por ejemplo, algunas de las personas que estábamos ahí parte del autoritarismo que ejercíamos en AINCCA, también lo ejercíamos con nuestros alumnos, parte del comportamiento de competencia que ejercíamos ahí con otros miembros lo ejercíamos con otros compañeros en otros espacios de trabajo; parte de las alianzas que hacíamos a veces medio perversas para tratar de conspirar contra otros yo no dudo que se hayan presentado en otros espacios familiares, en otras amistades, o sea, yo no pienso que cuando una persona tiene un comportamiento sólo lo exprese en un ámbito, claro, si cambia la forma en que se expresa dependiendo de las características del ámbito, es decir, hay ámbitos que si lo compartes con personas que son más enfermas o tan enfermas como tú, evidentemente se genera una situación de de, este, de de una situación invivible mucho más fuerte, pero eso no significa que en otros espacios no se presente.</p>
--	---

<p>INFORMANTE</p> <p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S. C.</p> <p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>PREGUNTA 4</p> <p>¿Cómo definirías tu propio comportamiento en AINCCA?</p> <p>Pues me parece que hay una ambivalencia. Yo creo que era conflictivo en algunas ocasiones y en otras aportaba buenas ideas a propósito de lo que se tenía que trabajar, pero bueno por cuestiones de chismes, de dobles discursos generalmente ocurrían ese tipo de situaciones, entonces yo puedo decir que fueron de los dos lados en función de cómo me convenía a mí como empleado, como dueño también de la organización.</p> <p>Yo creo... que traté de que la fantasía de un proyecto de cooperativa era personal, no era, no era compartido, yo creo que me auto engañé, seguramente por egoísmo, pensando que los demás compartían un proyecto como ese y no dudó que a la larga lo que intentaría fuera imponer ese proyecto, entonces al no darse ese proyecto la frustración que empecé a generar implicó dos estrategias: uno, emem, demandar en la gente un esfuerzo que era contrario al propio espíritu de la cooperativa; y por el otro lado, ir dejando responsabilidades que tenía que asumir en otras personas que finalmente, sin compartir la idea original y sin las condiciones de madurez que estamos señalando, pues hicieron de esas oportunidades también espacios donde proyectaron su propia frustración o òhoh sus propios intereses que ya estaban alejados de esta idea general, entonces yo creo que imperó que contrario a esta idea original de la cooperativa yo mismo empecé a desarrollar un comportamiento que era contrario a ella, este comportamiento egocéntrico.</p>
<p>INFORMANTE</p> <p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>PREGUNTA 5</p> <p>¿Cómo se dan las relaciones personales y de trabajo entre los miembros de AINCCA?</p> <p>Pues a veces eran muy tensas porque generalmente todo mundo quería mandar, quería tener el poder ahí y realmente no existían capacidades de negociar, de ponernos de acuerdo en lo que teníamos que hacer y por lo tanto cada quien establecía su lógica a propósito de ello, por un lado se establecían relaciones de poder a nivel académico, a nivel administrativo, a nivel económico que nos llevaban a que no nos coordináramos y que generalmente no hicieramos nada por trabajar y llevamos más o menos bien. A nivel personal creo que se confundieron muchas cosas entre la amistad y las labores, hubo desaciertos por conservar una cosa y por darle preferencia a la amistad y creo que se perdieron muchas buenas cosas a nivel de trabajo.</p>

<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Yo pienso que las relaciones de trabajo no estaban separadas de las relaciones personales y que se ven impregnadas de las relaciones personales y si estamos hablando de que hay relaciones de esquizofrenia el propio trabajo estuvo, de alguna manera marcado por ello, había gente que vivía la ficción de que trabajaba y no trabajaba, se engañaba a sí mismo y trataba de engañar a los demás en términos de que trabajaba, era una simulación, a veces no se llegaba a trabajar, se llegaba a entrar en la relación personal y a tratar de vivir sólo esa relación personal sin asumir ningún tipo de responsabilidad en términos de objetivos de trabajo que a veces sí estaban marcados y que a veces no eran tan claros, pero que por ejemplo siempre era, digamos claro que había algo que hacer en términos laborales y que era lo menos que se hacía, yo calculo que algo así como un 70% del tiempo se invertía en las relaciones personales dentro de la organización y un 30% a las relaciones de trabajo y si de esas relaciones de trabajo estoy diciéndote que había simulaciones, pues en realidad el nivel de productividad era muy bajo, se trabajaba poco, o sea, creo que AINCCA se convirtió en un espacio de convivencia, este, que por los problemas que tratamos terminó por convertirse en un espacio donde la convivencia se fue resquebrajando y se fue generando más, eeeemmm un espacio de lucha, ¡verdaderamente lucha, guerra incluso! a veces había batallas épicas, en términos de imponer visiones personales sobre la vida y dejar en claro que mi posición sobre la vida era mejor que la de los otros, que por ejemplo resolver un problema de trabajo.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 6 ¿Cómo se dan los procesos de comunicación en AINCCA?</p>
<p>Miguel Angel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Pues, generalmente eran de rumores o de dobles discursos realmente. Se decía una cosa a nivel laboral o se decía una cosa a nivel amistoso y realmente se hacía otra, no había un discurso con razones fidedignas, muchas veces existía esa visión cerrada de la realidad, no digo que todo era negativo, si había muchas aseveraciones a nivel de contacto, a nivel de lo que se tenía que hacer, pero después de que yo sabía lo que tenía que hacer o los demás sabían lo que tenían que hacer, por debajo del agua se ocultaban muchas cosas de descontento, de descontrol que hacían que no funcionarían bien las relaciones comunicativas al interior con esas maneras de ver al otro.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Es que, yo creo que hay una, emm, una... crisis de la comunicación cuando hablamos de esquizofrenia, es decir, la comunicación se convierte en un escenario donde empezas a construir discursos, este, que ya no están bajo la idea de tratar de generar una comprensión, un entendimiento, sino que se convierte la comunicación en un espacio donde quiero imponer mi visión, personal sobre ciertos tipo de aspectos</p>

	<p>particulares. Mira se discutía sobre la pareja, se discutía sobre la familia, se discutía sobre la escuela, que era el otro espacio laboral que todos teníamos en común, se discutía sobre, sobre la perspectiva que tenía de la manera de vestir del otro, de las ideas del otro, de su manera de comportarse. Es decir, la comunicación era el escenario, vamos a decirlo así, que utilizábamos para ejercer todas estas perversiones y empezábamos entonces a traicionar la propia esencia de la comunicación o una de sus esencias que apunta dentro de una lógica, por supuesto racional, a tratar de entendernos, a tratar de comprendernos. Es decir, traicionábamos, hacíamos de la comunicación un uso perverso que aniquilaba a la propia comunicación, terminábamos por hablar para nosotros mismos y ya no nos importaba si el otro nos entendía, queríamos darle un argumento contundente para que ya no siguiera hablando.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 7 ¿Cómo se define AINCCA?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Su identidad era una organización que primero la tratamos de establecer como cooperativa, nunca comprendimos la idea de cooperativa, porque quizás algunos no conocíamos lo que era la cooperativa. La identidad era finalmente que fuéramos ganancias particulares para que pudiéramos sobrevivir como una organización honesta, eficaz, respetuosa, autogestiva, con confianza, desgraciadamente eso se quedó en el tintero, se quedó en el papel y no lo llevamos a la práctica por nuestras propias actitudes.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Es que era un espacio de convivencia, o sea, vamos, ya no fue una empresa, vamos, porqué, porque, o sea, vamos no fue una cooperativa, porque digamos que hay tres representaciones institucionales: primera representación institucional, que a lo mejor nunca lo fue institucional, que fue una visión personal que se intentó primero compartir, luego imponer y luego no operó, la visión de la cooperativa; segundo momento cuando empezamos a introducirse ideas por parte de algunos miembros de la organización, en términos de que se tendría que ser una empresa y entonces se intenta asumir, aparentemente, la lógica de la empresa y entonces los primeros intentos de organización del trabajo apuntan a esa lógica, aparentemente, pero luego empiezan a proyectarse estos problemas que son personales, primero, que son luego de relación y que terminan por ser problemas de una cultura perversificada y/o perversa. Y entonces empiezan a partir de eso a transformarse, sin que lo queramos, en un ámbito, has de cuenta que es una reproducción de una especie de familia, ya no es una empresa, es una familia, donde se asumen roles, tipo familiares que van cambiando, a lo mejor el único rol más o menos permanente es el de una madre, pero todos los demás roles van</p>

	<p>cambiando en torno a esa figura materna. Y entonces, ya no es una empresa, ya nunca se discute o la idea de empezar a hablar de un proyecto de empresa es la pantalla para empezar a discutir sobre, sobre porqué mi visión de la vida es mejor que la visión de los otros.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 8 ¿Qué desea proyectar AINCCA hacia los otros?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S. C.</p>	<p>Bueno, yo creo que profesionalismo, sobre todo un concepto clave: ética, responsabilidad, confianza, no sólo a quienes como amigos nos solicitaron algún servicio, sino a toda la serie de clientes y a la gente interna que trabajaba, sobre todo como una categoría que nos permitiera enlazarnos adecuadamente con las personas que solicitaban de nuestros servicios.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Cambia, yo creo que en el primer momento del que estamos hablando lo que AINCCA trata de proyectar es definirse como un espacio sociocultural, que puede ser un espacio de oportunidad para el desarrollo profesional, para el desarrollo intelectual, para el desarrollo personal y de alguna manera trata de presentarse así, de construirse así, y digamos hacia los otros se les trata un poco de, de, por ejemplo a las personas a las que se les invita a participar de que vean en AINCCA ese espacio de desarrollo que no existía, aparentemente, en otros lugares. En un segundo momento, cuando se transforma en empresa, se empiezan a atravesar lógicas de productividad, eficacia-eficiencia, por lo menos en la intención, no creo que en un sentido práctico, realmente operara, y entonces en ese momento, por ejemplo se trata de vender como una empresa abiertamente como una empresa que ofrece un servicio y se trata sobre todo, ya en este caso, pensando en los clientes de vender como una empresa que puede ofrecerle alternativas, aparentemente novedosas, para enfrentar sus problemas de cultura organizacional, de comportamiento organizacional, de políticas organizacionales y problemas estructurales en la definición de lo que puede ser la identidad de una organización, porque era incongruente con lo que estaba pasando al interior de la organización. Es aparente porque es incongruente, es decir, se trata de vender un servicio que no había logrado consolidarse en términos de cultura y de comportamiento en el seno mismo de la empresa.</p>

<p>INFORMANTE</p> <p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>PREGUNTA 9</p> <p>¿Qué tipo de cambios se dan en AINCCA y cómo son percibidos por los miembros de AINCCA?</p> <p>Bueno, yo creo que hubo muchos cambios. Hubo cambios técnicos, de infraestructura, hubo cambios en los conocimientos, hubo mucha capacitación, hubo cambios en las relaciones personales y laborales. El problema es que todos esos cambios que pudieron ser para bien, muchos no los percibíamos como algo positivo, porque los cambios generan finalmente que finalice el poder de muchas personas, ese poder que no nos permite ver más allá y que lo concentramos hace que no vislumbremos que todo cambio es beneficioso para trabajar. Ahí están algunos ejemplos de la administración, creo que ahí es dónde está la raíz medular del porqué en vez de ser una organización autogestiva de conocimiento se volvió una organización que le apostaba a las relaciones como decían por ahí y no al conocimiento profundo. De hecho se decía que el conocimiento profundo por eso no importaba, lo más importante eran los contactos, cosa que en una sociedad y en una empresa del siglo XXI no se puede dar, no puedes ir con relaciones y decir puras cosas huecas tienes que ir con conocimiento.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Mira te voy a ser sincero, yo creo que al final nunca entendí qué percibía la gente. Creo que el problema del egocentrismo, de esa idea original, de las que te hablaba me fue alejando de la gente, en un primer momento. Y en un segundo momento, ya no lograba entender nada, o sea, lo único que me quedaba claro es que todos éramos incongruentes, en mayor o menor medida, pensábamos una cosa, decíamos otra cosa y hacíamos otra cosa, había tres lógicas distintas que trataban de darle sentido a lo que hacíamos. A veces intentaba legitimar mi comportamiento a partir de lo que se hacía, a partir de lo que decía y a partir de lo que pensaba, imagínate lo complejo que era para mí y que supongo era para los demás legitimar los comportamientos, ahora imagínate entenderlo, que los entendieran eso, desde una lógica que yo tampoco lograba articular, porque no era congruente, los otros percibían incongruencia de entrada, pero, pero al percibir esa incongruencia lo usaban también, en términos de decir: "tú eres incongruente, yo no lo soy", era muy complejo, yo creo que, pues, pues que nos hablaba del grado de perversión al que habíamos llegado.</p>

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

INFORMANTE

Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.

PREGUNTA 10**¿Cuáles son los alcances y las limitaciones de AINCCA?**

Yo creo que en el 99 a nivel de trabajo me parece que fue más o menos satisfactorio, no te digo que fue un éxito completo debido a que muchas cosas no se dieron fundamentalmente por las empresas que nos contrataron, yo creo que tuvimos varios éxitos como el caso del Instituto Politécnico Nacional, algunos cursos que implementamos al interior a nivel de lo que fue el trabajo, a nivel de las relaciones, yo creo que al principio se mantuvieron constantes, pero luego decayeron finalmente por las personalidades que ahí acotábamos y por esos dobles discursos; creo que no nos recuperamos y es muy difícil que nos volviéramos a recuperar en muchos niveles.

Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.

Mira, yo creo que sus alcances están dados por la capacidad individual, una persona enferma, no necesariamente es una persona, que no sea brillante, es una paradoja probablemente, yo creo que había mucha gente brillante, y entonces esa gente brillante dentro de lo poco que lograba hacer individualmente, que siempre fue más que lo que se logró hacerse colectivamente, generaron pequeños productos que daban muestra de la calidad intelectual, más que de la calidad ética o de la calidad moral o de la calidad psíquica, eso yo creo que era un logro; emmm que en aras de una lógica de competencia, te digo, medio perversa pues lograban de pronto generarse destellos de ideas de técnicas, de metodologías, de productos informativos, que en un momento dado, pues la verdad, eran destumbrantes, pero que no lograban nunca encarnarse como un producto colectivo, porque en el fondo no lo eran. Era el producto que generaba Griselda, era el producto que generaba Edith, era el producto que generaba Miguel, pero no se compartía, ni siquiera se lograba comprender que a veces por la misma competencia que había, independientemente, de que fuera, de pronto medio insana o completamente insana, eso era también motor, para para esforzarme por proyectar cierto tipo de cosas que eran brillantes, que en manos de otras personas pudieron tener consecuencias mejores, pero que nosotros ni siquiera lográbamos apreciar en lo personal como gestores de ese producto y los otros como cogestores directos o indirectos tampoco lograron apropiarse, nunca existió, si te fijas una idea de lo colectivo, de lo grupal, de lo institucional, de lo organizacional, no existió, entonces, incluso ser una especie de bandera que nos permitiera, digamos encabezar, en términos ya de una empresa que vende algo: "este producto lo he generado y te lo estoy vendiendo", ¡no!, siempre hubo desinterés, desatención, aún cuando lograban articularse dos o tres personas para generar cosas, había otros tres o cuatro que se desentendían de eso que se generaba, que no eran capaces de defenderlo como un producto que nos

representaba, porque estaba escindida esa lógica de lo colectivo, de lo que era el trabajo personal y nunca dejaba de haber protagonismos que trataban de ponerse la camiseta y de hacer valer su trabajo individual y su esfuerzo personal en ese producto y tratar de imponerlo como "yo sí hice, la bandera de yo sí hice y tú no hiciste nada", eso era también un obstáculo para poder incorporarlo, nunca se articula como un proyecto de grupo. Eso es brillante, porque en lo individual sí tú lo evaluas como académico, si tú lo evaluas ahora que tienes otras experiencias laborales: varias de las cosas que de manera particular se generaron en AINCCA, tú dices es que: "ese es un producto brillante". Por ejemplo ahorita una experiencia, pues con Técnica. En Técnica desarrollamos ahorita una propuesta que la verdad es una propuesta que en AINCCA se generó muchas veces, pero que por ejemplo, si a otros miembros de AINCCA les preguntas ¿qué es un diagnóstico organizacional? o hazme una propuesta de diagnóstico organizacional. Ni siquiera sabrían qué es, a pesar de que se generó y se presentaba como un proyecto colectivo, pero la persona o las personas que lograron hacerlo sí lo saben, te lo pongo como un ejemplo de algo y que es apreciado en otros espacios: "oye es que ese es un buen modelo para tratar de hacer un análisis organizacional". En AINCCA se tenía ya ese servicio, era un producto muy concreto, era algo que se podía vender y nunca se pudo vender, porque, porque la gente nunca pensó que eso que hizo otro, pudiera ser algo que él compartiera y que él vendiera y que de eso obtuviera también beneficios. Esa no articulación, ese trabajo no colectivo se debe a la cultura que en términos personales vivíamos, la cultura de las instituciones en las que hemos trabajado, que también está afectada, la cultura familiar, los intereses personales. Mira en el seno de la empresa, pues había intereses amorosos, mal canalizados, mal asimilados, y era más importante eso, por ejemplo, en un momento dado que hacer a un lado eso e interesarme en que esa persona a la que yo decía que amaba estaba generando algo muy brillante o esa persona a la que decía que quería como amigo estaba generando algo muy inteligente. Ni siquiera lo lograba apreciar, o sea, tenían más peso otras cosas; mi perversión que había hecho del amor, mi perversión que había hecho de la amistad, mi diferencia personal con fulanito x. Yo he insistido mucho en la parte de lo, si te fijas de lo... psicológico, psicocultural por momentos, en este relato que te estoy haciendo, porque... porque fue la parte, que menos aceptamos cuando llegamos a discutir ya no colectivamente, sino de manera así medio interpersonal porque fracasó el proyecto. Todo... todo lo atribuimos en términos generales a que no, a que no logramos integrarnos como grupo, emmm... sin ver que uno de los factores si descansaba en la parte personal, al final era más fácil era decir: "es que no logramos entendernos como grupo, es que éramos muy diferentes, es que no compartimos al final los mismos valores, cuando la verdad en términos personales, emmm... pues había díganos, incluso ciertas fobias y ciertas filias que no tuvimos la madurez de reconocer y de resolver, por eso yo insisto mucho en eso, hay otras

	<p>variables, por supuesto, contextuales, eemm... vivimos digamos, el origen de AINCCA no podemos olvidarlo, primero hay una crisis, emmm... general dentro de lo que es el trabajo docente, todos los que estábamos ahí, salvo quizás una persona, pero todos los que estábamos ahí fuimos o somos profesores y, y todos nos enfrentamos a un problema muy fuerte a nivel social que es: el resquebrajamiento del reconocimiento que tiene el profesor; los problemas de legitimidad que tiene el profesor ante sus alumnos, ante las autoridades, en una institución particular como lo que es la UNAM y si bien es cierto que nuestra experiencia laboral era muy diversa en varios campos, toda nuestra experiencia siempre fue dependiendo de instituciones, nadie teníamos experiencia gestando una institución y creo que la verdad también, operó en términos de grupo una especie de, de ego a nivel grupal, en términos de pensar que éramos autosuficientes, en lugar, de a lo mejor haber recurrido para la gestión de nuestro proyecto también a una empresa consultora. Hay empresas consultoras que te asesoran en la gestación de proyectos.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 11 ¿Cuál es la experiencia de AINCCA?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Yo creo que entramos muy inexpertos, generamos una organización que le apostaba fundamentalmente a adquirir saber, conocimiento, fue una muy buena experiencia de trabajo, de labores, fue conocimiento amplio, pero por desgracia no obtuvimos ningún tipo de salud mental. Creo que como personas involucramos y a nivel de trabajo evolucionamos bastante, pero... aprendimos en conocimiento, pero depreciamos mucho la cuestión de las relaciones personales, que eso es lo que finalmente hizo concluir la actividad que llevamos ahí.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Mira yo en términos personales, porque así puedo hablar, no puedo hablar en términos grupales, eso lo aprendí ahí en AINCCA que yo creo que eso ya es ganancia. Creo que por ejemplo aprendí que... la idea de una cooperativa requiere de un desarrollo cultural, de un nivel de maduración personal, intelectual, emocional, material, también que en un momento dado no comprendí del todo en su momento y que emeime, me, obtubí la visión y, y no pude ver desde el principio que no era factible por quienes éramos construir un proyecto de esa dimensión, esa es una experiencia muy importante. Yo creo que las cooperativas que existen en este país, que son, la verdad muy pocas, sobre todo las que han logrado cristalizar, este tienen... un impresionante desarrollo histórico y yo creo que si hiciéramos un análisis de las relaciones y de las personas y de la cultura que hay alrededor de éstas encontraríamos un nivel muy alto de compromiso de responsabilidad, de tolerancia, de respeto, de autocritica, de autoconocimiento, de</p>

autoconciencia, no sé muchas cosas que en este momento podría decir, que la verdad eran altamente improbables en ese momento, por lo menos que yo las comprendiera y las pudiera ejercer junto con otros, porque yo no estaba preparado para ese proyecto. Me da mucha experiencia porque creo que vuelves a AINCCA objeto de estudio, objeto de análisis, objeto de tu auto evaluación personal y por lo menos te permite reconocer el grado de destrucción, en términos personales, que por lo menos... yo tenía y aún tengo y que creo que estoy intentando resolver... psicoterapeúticamente, físicamente, intentando rehacer ciertas relaciones, o sea, porque todo estaba articulado, es decir, un proyecto laboral no está separado de un proyecto personal, o sea, si tiene que haber una distancia, pero, pero si no hay un sentido dentro de lo que haces a nivel profesional para obtener algo a nivel personal, ese asunto laboral no tiene tanto sentido, tanto significado, no te metes tanto al proyecto. Entonces he logrado entender eso, es decir, digamos, AINCCA es para mí un espacio ahora simbólico, donde me veo como una persona que proyectó ciertas perversiones como las venía proyectando en otros espacios, quizá más nitidamente en AINCCA, porque el nivel de tolerancia de la gente era menor que en otros espacios donde a lo mejor es mayor, pero que tarde o temprano podrían potencialmente dañar o están dañadas, esa es para mí la principal enseñanza. Te puedo decir que hay enseñanzas profesionales, intelectuales, en fin, cosas que se aprendieron evidentemente al hacer ciertos tipos de trabajos particulares, pero no lo considero tan importante como esto. Para mí AINCCA fue un espacio que me permitió ver mis propias limitaciones con mucha nitidez y eso yo lo considero invaluable, porque... porque, porque llegué con un egocentrismo muy alto y sufrí el egocentrismo de otros... y la angustia de que ni yo fuera capaz de ceder ni que ellos fueran capaces de ceder; y que en algunos casos tuvo costos personales y en otros ha habido después de esos la madurez para recapitular y rehacer el proyecto personal, pero ha costado mucho.

INFORMANTE

Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.

PREGUNTA 12

¿Cómo se presenta la evolución de AINCCA?

Creo que fue una evolución progresiva en un inicio, al incorporar capital simbólico y capital material que fuimos aprovechando poco a poco, pero empezó a verse la decadencia cuando comenzamos ya no a trabajar por objetivos concretos, sino más bien a trabajar por los intereses y los discursos particulares, puedo ver que del 99 evolucionamos de manera, me parece, muy buena y del final del 99 hasta mediados del 2000 creo que empezó a surtir malos efectos las relaciones, creo que el poder administrativo se centralizó demasiado en niveles de recursos y a niveles de distribución del trabajo.

<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Es que lo describiría a partir de esas tres fases, confianza en los otros, desconfianza en los otros y desconfianza en nosotros mismos. Ahorita lo que veo es esta parte... personal, porque, porque aunado a la caída del proyecto de AINCCA... y no por AINCCA se cayeron otras cosas en mi vida... e históricamente coinciden, entonces cuando regresó a AINCCA para ver qué es lo que ha pasado ahora, emern hago una reconstrucción histórica, pero no una reconstrucción histórica desde el punto de vista de la institución, sino hago una reconstrucción histórica de mi situación personal en la institución, pero de pronto al platicar con algunas personas de AINCCA de manera informal encuentro que algunos en mayor o menor medida encuentran esto que te estoy diciendo; esas tres fases de las que te hablaba, es decir, lo que nos permitió construir el proyecto no fue el conocimiento que teníamos de nosotros mismos y de los otros, sino fue el desconocimiento... eso hizo que la expectativa en ese momento fuera muy alta... que los compromisos no fueran muy altos, pero que los presentaríamos como muy altos, porque creo que con las relaciones y con el hacer empezamos a comprender lo que era meterse en una responsabilidad como generar un proyecto compartido y entonces empezamos a conocernos a nosotros y a conocer a los otros y nos dimos cuenta de su improbabilidad, pero no lo aceptamos o no lo pudimos ver... y pasan muchas cosas dentro de eso, ¡yo lo sé! en términos de conceptos, de ideas, de valores, de principios, de procedimientos, de esfuerzos, de logros, incluso, vamos a decirlo así profesionales, pero nunca existió plenitud, porque, yo creo que sí nos faltó honestidad cuando descubrimos que no podíamos, que nuestras capacidades no daban para ese proyecto, no queríamos ya entrarle a ese proyecto y además ya no podíamos soportar a los otros. En principio, nuestro propio ego, lastimosamente, nos impedía dejarlo y a lo mejor nuestras tensiones que teníamos en otros espacios... entonces yo creo que por eso te lo marcaba por esas fases y ahora que AINCCA ya no está y que lo ves desde el pasado, personalmente, como que dices: es que en ese... en ese monstruo y en esos pequeños logros yo participé, fui corresponsable en mayor o en menor medida. No puedo decir que el enfermo era, em era otro de los miembros de AINCCA, ¡yo era uno de los enfermos!, era un espacio en el que compartíamos, por eso te decía el concepto filias-fobias.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 13 ¿Cuáles son las transformaciones, cambios y contradicciones de AINCCA?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Creo que en transformaciones: aprendizaje, conocimiento, experiencia, esto lo tuvimos y lo manifestamos a lo largo del periodo de trabajo. Las contradicciones: decíamos que teníamos valores de autogestión, valores de responsabilidad y ética y jamás los</p>

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	<p>cumplimos y al contrario fuimos deshonestos algunos miembros, fuimos poco honrados, fuimos personas que no trabajamos, que éramos dueños de la empresa, que queríamos que continuara la empresa y lo que algunas personas hicieron fue desmadrar la empresa, caso particular la administración.</p> <p>Para mí es muy claro, a lo mejor lo estoy reduciendo mucho a una situación existencial, no dudo que haya otras cosas, yo creo que el principal cambio fue del desconocimiento que nos permitía tener confianza en los otros, una confianza muy superficial, ahora lo entiendo, al conocimiento que nos empezó a generar una profunda desconfianza de los otros... y cuando terminó AINCCA, a una profunda desconfianza sobre nosotros mismos, que ahora, creo que es la base, para poder rehacerlos.</p>
INFORMANTE	PREGUNTA 14
Miguel Angel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	<p>¿Cuál es la importancia de la comunicación en las organizaciones?</p> <p>Creo que es una actividad estratégica, porque nos permite no solamente el conocimiento de las cosas que tenemos que hacer interna y externamente a nivel de labores, sino también para estar informados sobre las expectativas y los requerimientos que quiere la otra persona lo que nosotros queremos generar. La comunicación puede crear un clima de certidumbre, un clima de orden, un clima de organización lo que permite no sólo tener una adecuada productividad, sino también al menos tener relaciones que nos llenen, que nos satisfagan a propósito de ello, cosa que volviendo al caso de AINCCA tuvo mucha carencia, por chismes, por muchas cosas.</p>
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	<p>Va sonar filosófico... y paradójico por lo tanto; o más bien es paradójico por lo tanto filosófico. El que hubiera buenas intenciones de pronto... y el que hubiera ciertas aspiraciones que eran legítimas y que eran muy rescatables podía darse a pesar... de que había ese contexto eemm, tan aparentemente, destructivo y apocalíptico que te planteo, por la, por la brillantez de la gente que lograba vislumbrar cosas que sí eran importantes, mira te voy a decir una cosa... yo creo que dentro de la organización se lograron dentro de esos esfuerzos, contra esta misma adversidad que nosotros mismos representábamos, se lograron generar ideas sobre la comunicación, sobre la comunicación organizacional, sobre las organizaciones, que cuando he escuchado a algunos expertos, que tienen muchos años trabajando en eso, a investigadores, a científicos... ¡allí... se llegaban a plantear! Lo que me hace reconocer que dentro, que dentro de esto que cuestiono de mí mismo y de mis compañeros de, de problemas, también había esa lucidez, había mentes muy brillantes, ¡oye que se estuvieran generando cosas que en discusiones que a veces, sin que tuviéramos la conciencia de que estábamos construyendo un concepto importante, una metodología, una técnica, o</p>

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

	<p>alguna cosa así, o un producto! que a lo mejor no se vendía, pero que por ejemplo, tiempo después otras personas demandaban o generaban, incluso a veces sin lo acabado que podía estar, por lo menos en idea de lo que se estaba generando en AINCCA. A mí me produce dolor y satisfacción, porque oigo, por ejemplo a un investigador o a una persona que trabaja en el campo o que vive de la comunicación organizacional o de la consultoría a organizaciones, que, que, que plantea cosas que se llegaron a plantear en AINCCA, me da gusto porque digo: es que pues había gente muy brillante y dentro del obstáculo que éramos nosotros mismos, ipese a eso! lograron gestarse cosas, ¡es casi heroico!, pero me duele porque no logró cristalizarse más allá de la idea personal o compartida con algunos con los que en ese momento tenía alianzas, pero que no lograban tener el cauce de toda la organización y llegar hacia quienes queríamos que llegaría.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 15</p> <p>¿Cuál es la importancia del ejercicio del poder en las organizaciones?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Bueno, yo creo que es muy importante el poder. Yo creo que el poder es una capacidad para en un momento dado generar un principio de orden, pero cuando ese poder, como ya alguna vez lo diría el maestro Diego "cuando le das poder a una persona frustrada no se vuelve con capacidad de liderazgo y disciplina, lo que se vuelve es represión y autoritarismo". Cosa que prevaleció mucho en la empresa y por lo tanto no hubo poder, hubo vacío de poder.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Todas las organizaciones implican un ejercicio de poder que tiene su expresión en las relaciones. El poder no es todo, pero es fundamental, la manera en que se ejerce el poder y se lucha por el poder. No hay organización en la que no aparezca, es una constante, es una variable sin la cual no puedes explicar a una organización. AINCCA como una organización ejerce el poder; correlacionado con lo que te decía en el principio, habla juegos perversos, alianzas perversas con tal de obtener el poder. Hay momentos y cambios por generar el poder de una idea por hacerlo por consenso, un consenso muy forzado que terminó por resquebrajarse más pronto de lo que queríamos a veces a al dominio de una persona con la que termina AINCCA, una persona que impone el poder, e incluso de, de una manera abierta saboteando. Ahora, no es que esa forma sea la más perversa, desde antes de este momento había dos formas perversas. Lo primero era: medio ingenuidad, medio conveniencia y medio producto de que no nos conocíamos; lo último es producto de que ya nos conocemos mucho y dejamos hacer por conveniencia o que creciera esa forma de poder omnipersonal, hasta que llega un momento en el que no lo toleramos o fingimos que no lo toleramos para salirnos todos.</p>

Pero en AINCCA habia un ejercicio de poder que todos contribuíamos a darle una forma específica, éramos corresponsables, a veces ejerciendo y cuando íbamos perdiendo posición a aceptar el poder de los otros, pero obtener dentro del ejercicio del poder del otro ciertos beneficios, nos íbamos acomodando, cuando ya ese ejercicio del poder no nos convenía y yo creo que a todos, terminamos por aceptar que era necesario dar por finiquitado el proyecto, pero se usó y se ejerció el poder, porque además, todos dentro de cierto ámbito teníamos la posibilidad de ejercer, no el poder general, pero si los espacios que nos dejaba ese espacio general, que fue cambiando y que ejercimos de manera personal ese poder en ciertas relaciones, porque al final, habla... digamos mecanismos que nos permitían ejercer el poder, el conocimiento en un momento dado, no siempre fue esto: la autoridad emocional, por ejemplo una persona que de pronto entra en intimidad con todos y que empieza a usar esa información íntima para chantaje y que quiere reconocimiento, pues la emplea a usar, ya no es el saber, sino que es esta influencia personal que puedo ejercer sobre los otros a partir de lo que conozco de tu intimidad y lo usó y te manipulo, hasta tratar de generar una especie como de tecnocracia: procedimientos que estén por arriba de todo, que tampoco funcionó. Mira yo me atrevería a decir que en AINCCA, pese al corto tiempo se experimentaron todas las formas de poder y transitamos, a veces sin mucha conciencia por esas formas tratando de mantener algo que era insostenible, pero cuando nos supera toda esta sinergia de fuerzas opuestas que ya no encontraban conveniencia en estar, ya no era sostenible ninguna forma de poder y la que quería mantenerse y que trato de aferrarse al final, que más bien fue una fuerza dictatorial ya ni siquiera alcanzó ejercer ni siquiera las alianzas mínimas que le permitieran sostener esa dictadura, porque un poder sin alianzas se erige. En todo poder se concede, es un poder que alguien quiere ejercer y que alguien de una u otra manera quiere padecer. Yo creo que todos luchábamos por el poder, siempre, pero no en los mismos roles. Por ejemplo, cuando ya no queríamos muchos compromisos estuvimos dispuestos a delegar el poder en otros, aunque no fuera el poder más adecuado para la organización para el desarrollo de la organización, no podía serlo por supuesto, pero lo aceptábamos en la medida en que no nos perjudicara, en ya no tener tantas responsabilidades, en poder hacer cosas por afuera, en fin... varias cosas.

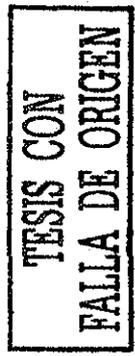
INFORMANTE

Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.

PREGUNTA 16

¿Qué podríamos entender por cultura organizacional?

Aquellas costumbres, valores, afectos que identificaban a una organización y en función de las características de la manera en cómo yo percibía mi entorno de trabajo y también cómo los que trabajaban conmigo percibían hacían básicamente la cultura de trabajo.



	relaciones personales, de labores, la cultura de amistad, básicamente.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	
INFORMANTE	
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	PREGUNTA 17 ¿Qué tipo de cultura se genera en AINCCA? Yo creo que una cultura muy perversa a nivel de lo que significaba no decir las cosas concretamente, ocultar elementos importantes, decir que si trabajábamos, cuando no trabajábamos, asumir que éramos dueños de la empresa de palabra, pero que de facto jamás nos responsabilizamos por sacar adelante la empresa; yo creo que se generó una cultura de engaño hasta de la tranza a nivel de lo que podría ser la honestidad, no fue algo muy positivo para nosotros.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Una cultura contradictoria, los valores que se planteaban a nivel formal eran muy altos en relación con las prácticas cotidianas. Los rituales decían los valores que se habían definido de manera formal, aparentemente, por consenso, yo no sé si el consenso sea que un par de personas diseñan unos valores y los sometan a los otros y los otros por comodidad de pronto digan: "está bien" y al final saber que no se iban a cumplir y luego reconocer con cinismo que no se cumplían y aceptar que no se cumplirían, eso pasaba.
INFORMANTE	PREGUNTA 18 ¿Qué esperabas de AINCCA?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Esperaba crecimiento, esperaba conocimiento, experiencia, obviamente tener un nicho de trabajo propio, particular que me orgulleciera por tener las capacidades para poder aplicarlo, también tener un sitio de dónde vivir que al corto plazo yo dejara las actividades académicas, para dedicarme 100% a lo que fuera la empresa, eso era lo que esperaba básicamente de ello.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Creo que espere al principio realizar un proyecto... un sueño, que como todos los sueños tenía mucho de fantasía y también de perversión. La idea de una cooperativa, sin, sin realmente haber hecho un proceso autocrítico para ver si yo mismo tenía la legitimidad de proproplantear, en el papel no sé si incluso se conserve, pero en el papel yo recuerdo en una reunión en una ocasión que generé un documento cuando se iniciaba esto que lo leí y que a la gente que se los leí, que era la gente que íbamos a formar a AINCCA, les gustó, les gustó así a secas, no los entusiasmo, creo que había

otras cosas que entusiasman a la gente colaterales a lo que yo planteaba que la verdad por insensibilidad nunca leí ni comprendí y cuando leí esto a otras personas que estaban fuera del proyecto y que no les interesaba ese proyecto les pareció muy noble, pero no me lo dijeron así no les creí y a los que lo consideraron noble, pero no me lo dijeron los considere aliados, aliados morales que desde fuera me daban fuerza. Dime si detrás de eso no hay un profundo egotismo que es incompatible con esa idea de cooperar, de solidaridad, de tolerancia, de respetar, de comprometer, de ganar todos, entonces... lo que esperaba era inviable, ahora... lo que espero de AINCCA es que me siga sirviendo de referente... para, pues para... luchar con mis propias vivencias personales, de mirarme sólo a mí, y mirar todo a partir de mí, por eso no quiero olvidar el proyecto de AINCCA, y por eso ahora ya no lo recuerdo como, pues... creo que llegue a platicar contigo en términos intelectuales de lo que AINCCA había hecho y había significado, hace medio año o un año, cuando salimos y cuando apoyábamos que alguien lo rescatara, pero ahora ya no puedo pensar en esos términos, ahora lo pienso en términos de... de lo existencial, de lo personal, no quiero que se me olvide eso porque junto con otras zonas de mi vida... me ubican en un tipo de persona que ya no quiero ser... y renuncié a cosas en las que tenía, probablemente, porvenir profesional y económico y que no te niego que me han costado a nivel económico, material..., pero que en términos personales me han servido, yo creo que por ejemplo no tenía, tampoco la madurez de ser profesor, que era otra de las actividades que hacía, entonces un profesor que es... un pequeño dictador en su espacio... áulico, que llega a digamos como copropietario de una empresa, como que no tuvo la madurez de diferenciar esos dos espacios y seguía actuando como el soberano en un territorio, que ya no era mi territorio, que era un territorio compartido y que ¿a lo mejor tampoco el de la docencia es mi territorio? y que algunos alumnos nos dejan hacer en términos de que tampoco quieren meterse en muchas complicaciones y así en otros espacios de la vida, por eso lo que más agradezco fue... a la gente que en su momento me dijo que AINCCA no era viable, pero que me permitió la experiencia de vivirlo y a la gente que ahora me dice: que efectivamente no fue viable, pero que no deja de ser una experiencia importante... para no dejar de vivir, o sea yo creo que sin AINCCA sería inexplicable yo, porque fue una cosa muy significativa en la que hubo un desgaste muy fuerte, mucha pasión, o sea muchas cosas involucradas, pero también hay que aceptarlo como algo que me expuso ante mí mismo, yo sé que ante los demás, pero sobre todo ante mí mismo. Quería ver la parte bonita de mí: la parte agradable, la parte inteligente, la parte solidaria y no quería ver la otra parte: mi parte intolerante, mi parte dictatorial, mi parte coercitiva, mi parte dogmática, en fin.

INFORMANTE	PREGUNTA 19 ¿Qué le has ofrecido a AINCCA?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Yo creo que te ofrecí en una parte trabajo, disciplina, responsabilidad, desde el punto de vista positivo, pero yo creo que también le puse la perversidad, el chisme, el doble discurso, la perversidad en el poder... yo creo que esos dos niveles de ambivalencia fueron los que yo deposité en la organización, en todo momento, para labores, para las personas, para todo caso.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Pasión con todo lo que la pasión tiene de perverso y noble. A lo mejor más de perverso que noble en este caso, pero sí, o sea, hubo, hubo esa idea... y creo que al final... el involucrarme con esa pasión, finalmente, me permitió ver que era una persona incongruente, que era una persona inconsistente y que era una persona inconsciente. Eso creo que le puse a AINCCA: incongruencia, inconsistencia e inconsciencia.
INFORMANTE	PREGUNTA 20 ¿Qué has recibido de AINCCA?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Yo recibí muchas satisfacciones a nivel de aprendizaje, satisfacciones a nivel personal, no las que yo hubiera querido, aprendizaje, todo eso. Yo creo que es muy importante el hecho de que pudimos desarrollar un principio de orden, para estar ahí trabajando sin algún tipo de problemática.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Creo que recibí un golpe muy fuerte de la vida, así lo veo yo, que trato de aprovechar, creo que todavía no del todo, porque, porque hay varias cosas relacionadas con AINCCA y fuera de AINCCA, pero que, que quiero utilizar para, para sensibilizarme como ser humano. Yo creo que hay roles en la vida que queremos asumir y que nos vemos obligados a asumir: las dos cosas, este que, nos alejan de nosotros mismos. Y AINCCA, a pesar de que te estoy hablando de este escenario tan apocalíptico, lo bueno que tuvo para mí, a pesar de esta situación tan difícil, tan insana de pronto... me permite obtener cierta salud... porque me evidenció lo que era: no en AINCCA, incluso, fuera de AINCCA, en espacios donde nunca tuve conflicto, en espacios donde fui reconocido y donde mis ideas tuvieron eco... a lo mejor buscaba que en AINCCA tuvieran eco, y ¡qué bueno que no lo tuvieron!... porque pude ver así estas tres cosas que te decía que no se presentaban sólo en AINCCA... que se presentaban en otros espacios: laborales, emocionales, intelectuales, etcétera.

INFORMANTE	PREGUNTA 21 ¿Cómo visualizabas a AINCCA?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Como una empresa con futuro, como una empresa que tenía unas metas a seguir precisamente porque éramos miembros profesionales a nivel de labores. Yo la veía, finalmente como un pequeño nicho donde podría crecer a un nivel organizacional realmente trascendente, que podía colocarse en el mercado.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	
INFORMANTE	PREGUNTA 22 ¿Qué significa para ti AINCCA?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Bueno, en estos momentos no tengo una percepción, mmim vamos negativa, yo creo que me pareció un buen proyecto, me sigue pareciendo una gran idea, una gran oportunidad, el problema quizá no, como quizá lo veamos todos no está en la empresa, está en la salud mental de cada uno de nosotros, como proyecto es excelente idea, lo que necesitamos es que nosotros seamos proyectos al alcance de la misma empresa. Nos rebasó el proyecto, no estuvimos a la medida, ni a las circunstancias particulares de lo que pudimos haber generado como organización, creo que como seres humanos nos limitamos mucho por nuestras propias lógicas de personalidad y la empresa estaba, no la pudimos mantener y se nos fue, fue no un fracaso, pero si una advertencia, para si queremos hacer algo en el futuro.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Una experiencia muy importante que significa muchas cosas por todo lo que implicó, en términos personales; dedicarle un espacio de mi tiempo y de mi vida, haciendo a un lado otras cosas.
INFORMANTE	PREGUNTA 23 ¿Te sientes identificado con AINCCA?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Si me sentía identificado, me sentía identificado con las personas, con el aprendizaje, con todo aquello que lo simbolizaba, no siempre, creo que había situaciones en las que a veces mi misma lógica de pensamiento y algunas personas hacían que no me sintiera yo parte de la propia empresa, como que en algunas ocasiones era visualizado como un tercero y esto fue finalmente en la parte última de la empresa. Si, como tercero en el

	<p>sentido en que no era dueño o como que no se me tomaba en cuenta para algunas consideraciones, creo, creo que ese sentimiento de perversidad y el sentimiento de querer participar más hacia que yo mismo me excluyera y que al mismo tiempo algunas personas me excluyeran como parte, pues como algún elemento más, no como el que tomara las decisiones importantes.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>No en ese momento, creo que era ficción. Ahora me siento identificado, me identifico con AINCCA como un lugar de la vida, donde como muchas cosas de la vida... puedes saber quién eres realmente. En aquel momento no, porque primero me identifique con un ideal que nunca fue AINCCA, luego... me identifiqué con ciertos aspectos particulares que nunca lograron ser AINCCA, que era una cosa muy específica, por ejemplo me identificaba con el gran logro de saber que había propuesto un curso que la verdad de las cosas era, desde mi punto de vista, egocéntrico en ese momento muy chingón y que a lo mejor otros lo podían ver como eso, pero que en términos particulares, ahora lo veo no lo era, porque a la larga yo tampoco creía en eso, entonces... desde ese punto de vista siento que ahora estoy identificado con AINCCA cuando no existe, cuando ya pasó o cuando verdaderamente existe, porque existe como una experiencia... emm que puedo recuperar, desde el punto de vista, de su lado creativo y productivo, lo que me permite aprender. Creo que en ese momento ni siquiera estaba dispuesto a aprender ni de la gente de AINCCA ni de la experiencia AINCCA, para englobar todo, ¡no! ahora sí, por qué, porque ahora sí digo: gracias a que viví eso... me doy cuenta que no era lo que creía ser... o sea... me consideraba una persona vanguardista, innovadora, dentro de una cultura social democrata, dentro una cultura liberal, dentro de una cultura autogestiva... y... ¡no lo era! o sea, el que aspire a eso, no significaba que en ese momento lo fuera... creo que ahora se reafirma que quiero seguir aspirando a eso, pero que hay una distancia muy fuerte entre mi vida personal y esa aspiración que abarca una forma de hacer la vida personal y la vida social...</p>
<p>INFORMANTE</p> <p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>PREGUNTA 24 En general la gente que recibió o tuvo contacto con AINCCA ¿se sentía identificada, por qué?</p> <p>Yo pienso que al principio si había identificaciones, que si había un proceso de pensamiento reflexivo y abstracto a propósito de lo que se decía, creo que la gente llegó a trabajar a gusto, sin embargo al final se volvió un verdadero problema, ya no había identificaciones, creo que se perdió el control, se desorganizó todo y ya se hizo lo que se quiso hacer.</p>

Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	<p>... es que no lo sé, porque nunca nos preocupábamos por preguntarle al cliente cómo nos veía. Se llegaba y se le presentaba muy bien el servicio, porque lo que se había hecho era muy bueno y porque la gente que se presentaba era muy buena, pero no compartir, no negociar, para ver qué pensaba, no involucrarse con él para ver qué pensaba, ahí se acababa, no había un espacio para la modestia, para tratar de preguntarle a los clientes porqué a veces aceptaban nuestros servicios y porqué a veces no... se aceptaba el servicio ¡safe! como fue lo diseñamos ahí está y es bueno. No se vendió: no se vendió y ya ¿cuándo se fue con el cliente?... oye retroalimentarme porque a mí me interesa crecer como empresa; si hablamos de calidad, eso era muy importante: no solamente vender, sino si no se vendía porqué no estábamos vendiendo, eso nunca se hizo, vamos te voy a decir una cosa, algunas cosas se intentaron definir de forma formal... yo no recuerdo que hubiera en alguno de los documentos que se generaron, algunos por cierto muy brillantes, que construyéramos nuestra definición del cliente. Nosotros si teníamos un concepto del servicio, ese concepto de cliente estaba implícito, pero nunca se formalizó un concepto de cliente. Pensar quiénes eran nuestros clientes se llegó a hacer, pero no qué íbamos a entender por cliente, que es distinto. Yo puedo decir que mis clientes eran instituciones públicas y privadas, pero qué voy a entender por eso, es decir, qué concepto voy a realizar de él y con él.</p>
INFORMANTE	<p>PREGUNTA 25 ¿Qué te aporta o te deja AINCCA?</p>
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	<p>Me deja aprendizaje, me deja una reflexión sobre mi propia vida, sobre lo que yo quiero hacer, si quiero otra vez enfrentarme a ese tipo de proyectos y como te mencionaba una advertencia para entender si lo que yo, si lo que estamos produciendo puede ser viable hacia un futuro cercano o hacia un futuro lejano.</p>
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	<p>Seguridad, la seguridad de que no puedo estar seguro de todo, incluyéndome a mí mismo. AINCCA me movió el tapete en muchas cosas, su perversión o mi perversión dentro de la perversión de los otros me ayudó.</p>
INFORMANTE	<p>PREGUNTA 26 ¿Qué piensas del conflicto en las organizaciones?</p> <p>El conflicto es necesario, siempre y cuando las personas podamos entender que no toda la vida vamos a vivir con, con, ese conflicto, cuando podemos llegar a negociaciones particulares, podemos producir más; es necesario, permite evolucionar, permite transformar, permite cambiar, pero un conflicto cuando se vuelve patológico y que no se</p>

	<p>llega a resolver es nefasto no sólo para quien trabaja a nivel de labor, sino también inclusive como personas en el carácter.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>El conflicto en abstracto es inevitable. Y el conflicto puede ser productivo-creativo si hay madurez para aprovecharlo, o sea, no por definición el conflicto es malo, cuando no hay... esa capacidad para verlo creativa y productivamente se convierte en un espacio de destrucción que va creciendo como un cáncer dentro de la organización, pero es inevitable, porque toda organización es un espacio de diferenciación que se va volviendo un espacio de más distinciones y probablemente de más distancias conforme evoluciona. En AINCCA pasó eso, es decir, se vuelve más compleja, se vuelve más diferenciada; nuestras incapacidades se evidencian más, pero nunca tuvimos realmente la madurez, la inteligencia, la posición, la situación ética-moral, psíquica, etcétera, etcétera para poderlo hacer productivo. Los primeros conflictos terminan por... por enfrentarnos y al final el resentimiento que se genera de esos enfrentamientos nos distancia más y conforme el conflicto evoluciona y se vuelve más complejo, esas distancias ya son insalvables... en el fondo ya nada más hablabamos para nosotros mismos, ya no realmente para integrarnos, aunque hablabamos bajo el pretexto de integrarnos (en varias juntas se presentó).</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 27 ¿Cuáles fueron los principales problemas a los que se enfrenta AINCCA y cómo los resuelve?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Yo creo que el problema de organización fue uno de ellos; otro de los problemas que se estableció fue la, yo creo que, que la paga que finalmente la remuneración a veces no era lo suficiente, esperábamos más desde nuestra lógica; otro problema fue el autoritarismo; la imposición de reglas; y creo que lo único que pudimos salvar de ahí fue tener un poquito más de planeación. Lo que nunca salvamos fue la remuneración y lo que menos salvamos fue el autoritarismo, la ventaja, el aprovechamiento, este la enfermedad, yo creo que eso nunca lo solucionamos.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	

INFORMANTE	PREGUNTA 28 ¿Cómo concibe AINCCA a sus clientes-usuarios?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Bueno, según lo que yo pude percibir algunos se sentían muy a gusto por el trato, por el servicio, porque se les veía precisamente como seres humanos, pero otros se sentían simplemente como paga y te doy el servicio, si no pagas no te trato bien, yo creo que algunos se sentían con una lógica utilitaria a partir de lo que daban como dinero y que finalmente eso respondía a sus necesidades.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	A veces con más respeto del, del respeto que había al interior. Yo creo que había una cosa rescatable en AINCCA: siempre tuvimos respeto por los clientes, en términos de que no pensábamos que fueran unos ineptos, por qué, porque las cosas que se hicieron, emme, siempre hay la idea de presentar algo muy fundamentado, en términos teóricos, científicos, de investigación, de ahí que las cosas brillantes que te comenté, que en otros espacios pueden ser muy reconocidas, yo creo que al cliente, al cliente siempre se le tuvo en ese sentido creo que más respeto que el que nos teníamos como compañeros de trabajo. Se le trataron de ofrecer cosas de calidad, las pocas que llegamos a ofrecer ¡fueron de mucha calidad!... pero... no sé si al final aparejado a esto había cierta... cierto desprecio... porque usábamos el concepto cliente, que era un imaginario, para dar una razón de ser a lo que hacíamos que en el fondo perseguía otras cosas distintas... Queríamos encontrar en AINCCA un espacio de realización personal... más afirmándonos en contra de los otros, en los otros y por los miembros de AINCCA, que realmente hacer las cosas para un cliente, para un externo... la idea de la otredad no estaba incorporada a AINCCA, el cliente era una ficción, los pocos clientes concretos que hubo se les ofreció esto, pero a veces se les ofrecía, y a lo mejor me desdigo de lo que te decía al principio porque lo estoy reflexionando ahorita, no porque tuviéramos el fondo un gran concepto del cliente, sino porque teníamos de manera egoísta un alto concepto de nosotros y pensábamos que teníamos que demostrar que éramos muy fregones y al final no nos importaba mucho el cliente, porque ya no lo visitábamos, porque pensábamos que si no compraban nuestro servicio era porque no apreciaban lo bueno que hacíamos y no te niego que no fuera bueno, pero en el fondo no teníamos la intención de buscar clientes, de tener clientes, de dialogar con los clientes, de comprenderlos y llegar a ellos, estábamos más interesados en lo que pasaba adentro, nuestro microcosmos fue AINCCA, creo a veces que... AINCCA fue un pretexto para una empresa... o más bien... que la empresa que no nos interesaba... fue un pretexto para hacer un espacio que denominamos AINCCA donde coincidiéramos y donde canalizáramos a lo mejor frustraciones que en otro lado no pudimos canalizar, ¡es grave no!, te habla de la esquizofrenia.

<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 29 ¿Cómo te auto defines?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p> <p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Como una persona que tiene grandes expectativas por seguir trabajando, con muchos problemas a nivel creo de personalidad que está tratando de superar con, con cierto tipo de comentarios, cierto tipo de cosas, pero con ganas y disposición de hacer otras cosas y trabajar por ello.</p> <p>Como miembro de AINCCA una persona... que que mis propios problemas personales los proyecté en AINCCA, que no tuve la madurez para para evitar eso, aún sabiendo en algunos momentos que estaba ocurriendo tal cosa... como una persona irresponsable, inmadura... como una persona incomprensiva y como una persona, que aún teniendo cierto liderazgo lo usé, en ocasiones de manera perversa, y en ocasiones lo dejé de usar cuando ya no me convenía en términos personales, también de una manera muy perversa. Es decir, que como cuando yo quería que ya mi liderazgo, si tenía algún peso, para sostener AINCCA no existiera lo dejé, intentando que se destruyera, porque yo ya no quería soportar algunas o padecer algunas cosas sin importarme si los otros querían que AINCCA continuara... entonces yo creo que hay mucha perversión, que no es una perversión que me generó AINCCA, sería ingenio... como también yo no podría decir se lo generé a AINCCA, porque AINCCA no fui yo solamente, y si hubo persiones fueron, también otras persiones... lo que significa que ahora... tengo ese mismo problema, pero a raíz de la experiencia de AINCCA y otras experiencia de vida, o sea alcance a las personas que quiero y que me quieren y que han tenido buenas intenciones y nobles intenciones conmigo. Digamos que me definiría como una persona en lucha por tratar de, de de de traer un poco de destellos de creatividad, de productividad y de nobleza a ese lado oscuro.</p>
<p>INFORMANTE</p> <p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>PREGUNTA 30 ¿Cuál es la importancia de la capacitación en las organizaciones?</p> <p>Yo creo que es muy importante, porque la capacitación es la manera en que informamos a los empleados a los mismos dueños sobre las últimas novedades y eso permite tener conocimiento y adelantarnos un paso más sobre nuestros clientes, sobre lo que digan y demostrarles que somos una organización profesional, finalmente la capacitación ayuda a profesionalizar y a tener una visión de lo que se quiere, no simplemente a trabajar empíricamente como en muchas organizaciones ocurre.</p>

Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	En las organizaciones la capacitación, en la mayoría, por la experiencia que tengo en algunas organizaciones, dentro y fuera, todavía hay una baja cultura de la capacitación. Me refiero a que no se ve a la capacitación como un componente o como una condición del crecimiento y desarrollo organizacional. Casi siempre se ve como en términos de cumplir un requerimiento o como un gasto que inevitablemente hay que hacer lo menos costoso posible, no como una inversión, no como algo en lo que estén involucrados las propias personas que necesitan la capacitación, que pueden ser todas las personas de la organización... entonces hay una cultura muy pobre, en ese sentido lo digo.
INFORMANTE	PREGUNTA 31 ¿En AINCCA cómo se concibe a la capacitación y cómo se da?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Yo creo que hubo muy buena capacitación, creo que fue una de las inversiones más productivas, desgraciadamente, muchos de los miembros veían a la capacitación como una pérdida de tiempo, como algo que no servía, como algo que entretenía, como algo que realmente no valía la pena, y en realidad desde mi punto de vista quienes capacitamos y quiénes nos capacitaron fue muy bueno, fue positivo; el problema fue que como no veíamos a corto plazo los beneficios; empezamos a pensar que eso no tenía una utilidad práctica y de conocimiento para nosotros.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Creo que pasaba lo mismo, hubo capacitación, yo no te lo voy a negar, y algunas cosas que se dieron en términos conceptuales ahora lo aprecio, eran buenas, pero no eran funcionales, es decir, qué punto del desarrollo organizacional se estaba cubriendo con esa capacitación. La capacitación no se reduce a saber algo ahora porque mañana lo necesito aplicar... entonces esa otra parte nunca lo propuse yo ni nunca vi que se diera o que otras personas lo propusieran. Para una aplicación o un curso sí hubo, pero no creo que eso sea la cultura de la capacitación a la que hay que entrar. A lo mejor habría que incluir otras variables como formación-actualización... que ya son cosas distintas que deben ir dentro de un concepto general que es la educación dentro de la organización... eso nunca hubo en AINCCA.
INFORMANTE	PREGUNTA 32 ¿Cuáles de los valores de AINCCA crees que se vea mayormente fortalecido y por qué?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Bueno, positivamente yo creo que nada más el trabajo a nivel profesional, yo creo que todos los contravectores del egoísmo, de la antidisciplina, de la desorganización, del

	<p>deshumanismo y de la imposición; creo que fueron lo que llegó a privar, o sea valores que no tomamos en cuenta aforaron, no aforaron en todos, pero si aforaron en muchos que tuvimos esas perspectivas, pues de querer imponer una autoridad cuando realmente nunca la tuvimos y a lo mejor no tendríamos porque imponerla.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Es que no sé si fuimos muy ambiciosos al plantearlos o fuimos muy incongruentes para alcanzarlos... sabiéndolos. Yo me acuerdo de una definición de valores, que se hizo, donde estaba definida la tolerancia, el compromiso, la lealtad, la congruencia, la consistencia, es que mira se entró a un nivel muy fino de distinción y además apelando a dos principios que a la larga creo que es lo que guían el proyecto de una organización que es lo ecológico-existencial, vincular las dos cosas, hacer de esas dos cosas una razón de ser y de hacer. Yo creo que eran muy ambiciosos, pero no se pudieron cristalizar. Creo que fue uno de los productos intelectuales brillantes de AINCCA, improbables con el pensar, decir y hacer cotidiano. A lo mejor soy muy extremista, pero ahora lo veo, no era factible que se cristalizaran.</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>PREGUNTA 33 ¿Cuál de esos valores te gustaría que se recalque y defina los lineamientos de AINCCA?</p>
<p>Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>Yo creo que el valor máximo la honestidad y el respeto, esos dos valores, sobre todo ser honestos con nosotros mismos y decir qué capacidades; y respeto precisamente para obtener los alcances y limitaciones como organización y algo muy importante entre ellos dos: la autocrítica como parte fundamental del crecimiento entre los propios miembros de la organización.</p>
<p>Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.</p>	<p>PREGUNTA 34 ¿Cuál es la visión de AINCCA?</p>
<p>INFORMANTE</p>	<p>Pues, yo creo que la meta, la visión era posicionarnos como una empresa en el ramo de investigación de comunicación y capacitación. Que nosotros como miembros nos sintiéramos a gusto al trabajar en equipo y que pudiéramos finalmente desarrollar capacidades creativas que tenemos, pero por problemas emocionales nunca los pudimos desarrollar y eso afectó a la organización.</p>

Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	
INFORMANTE	PREGUNTA 35 ¿Qué alcances tiene la misión de AINCCA?
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Yo creo que tuvo alcances, pero no, no explotamos, precisamente por nuestros problemas esos alcances, esa fue la cuestión.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	
INFORMANTE	PREGUNTA 36 Algo que tú quieras agregar
Miguel Ángel Maciel González, miembro fundador de AINCCA, S.C.	Yo creo que la empresa de este tipo tiene futuro, lo que hay que hacer es que nosotros como seres humanos crezcamos y ya cuando tengamos las capacidades de poder negociar con el otro y tener esas visiones, pues trabajar por ello.
Diego Juárez Chávez, miembro fundador de AINCCA, S.C.	emm, primero no sé por qué la entrevistista, lo que por ejemplo, no me coloca en desconfianza, porque hay mucha confianza entre nosotros, sino que más bien... me genera inseguridad en términos, si la información que te estoy dando es lo que tu necesitas, o sea veo que en las preguntas hay un afán académico y académicista... de seguir planteando el problema de la organización, pero creo que la visión académica y académicista es muy egocéntrica para ver a veces a la organización, no me refiero a que nos desprendamos de ella, sino a que la hagamos compatible con otras visiones más intuitivas, más empíricas, menos racionalizantes y más razonables. Es decir, hay en la forma de preguntar algo que de pronto limita y que trata de encuadrar las preguntas y que me obligan a poner un freno, que no cambiaría lo que he respondido, pero tal vez con otra forma de preguntar me hubiesen permitido matizar más en algunas cosas que a mí me preocupan. Por ejemplo, el hecho de cuando hacemos el análisis o el repaso de una organización siempre tratamos de verlo en términos que nos protejan, en donde no aparezcan como muy responsables, en términos de que nos quedamos como victimarios de otros y nuestras salidas de pronto son los conceptos. Si tu me metes más en el lado existencial tendré que usar menos conceptos y hablarte más de mí y tendrá que aparecer más la parte de mí que tiene que ver con lo que yo hice... y con lo que hice y no con lo que sentí nada más, porque hablé mucho de lo que sentí y

hablé mucho de algunos conceptos que me pediste, que no estaban formulados aparentemente como conceptos, pero cuando veas tu grabación encontrarás un concepto más o menos estructurado. Por ejemplo, nunca me preguntaste si me sentía a gusto en AINCCA... y yo te voy a decir algo así ahorita que, que, que no sé como lo voyas a interpretar a la luz del marco que te he descrito que habla de un marco de perversión: por momentos me sentí bien, por momentos muy bien, por momentos mal y por momentos viví situaciones que eran como infiernos... La pregunta sería, la hago como autorreflexión, si yo te respondo así... bueno me respondo a mí, porqué yo me estoy preguntando. Lo primero que tendría que empezar a reflexionar, según yo, es: por qué, si estoy describiendo que es una situación de perversión dentro de esa perversión encuentran ciertos placeres... eso siento que no lo enfrenté en tus preguntas, pero que era algo que pudo haber salido, no te digo que estés bien o estés mal, porque yo no sé qué es lo que buscas, no me lo dijiste, pero si yo quisiera comprenderme y comprender a la organización verdaderamente, me iría más por esta línea de preguntar este tipo de cosas, porque en principio yo sé que con tu análisis no vas a aceptar de entrada que hubo perversión solamente... pero y ¿si si la hubo? pero además habla otras cosas a parte de perversión. Por ejemplo tu ya no me dijiste: bueno hubo perversión, pero a poco no te sentiste bien por momentos...

ANEXO 3



- LIBRO CUATROCIENTOS TREINTA Y CINCO.-----

- INSTRUMENTO DIECINUEVE MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y CUATRO.-----

- FOLIO DIECIOCHO MIL SETECIENTOS TRES.-----

-- - México, Distrito Federal, a veintiocho de julio de mil novecientos noventa y nueve.-----

-- - MIGUEL SOBERON MAINERO, Notario Ciento Ochenta y Uno del Distrito Federal, hago constar EL CONTRATO DE SOCIEDAD CIVIL, que otorgan los señores EDITH ARACELI MARTINEZ CHAVEZ, GRISELDA AGUILAR VIEYRA, DIEGO JUAREZ CHAVEZ, MIGUEL ANGEL MACIEL GONZALEZ, MARCOS CASTAÑEDA CONTRERAS, RAFAEL DIAZ MACIAS y MARGARITA ROMERO CAPISTRAN, en los términos siguientes:-----

-----ANTECEDENTE UNICO-----

-- - Para el otorgamiento de esta escritura se solicitó y obtuvo de la Secretaría de Relaciones Exteriores, el permiso para la constitución de la Sociedad, que a continuación relaciono: Permiso Número: CERO NUEVE CERO DOS CINCO CUATRO SEIS CERO; Folio: DOS CINCO SEIS SEIS CUATRO; Expediente: NUEVE NUEVE CERO NUEVE CERO DOS CUATRO OCHO NUEVE CUATRO, de fecha veintiséis de julio de mil novecientos noventa y nueve, para la constitución de "AGENCIA DE INVESTIGACION EN COMUNICACION, DE CAPACITACION Y DE ASESORIA", SOCIEDAD CIVIL, con domicilio en México, Distrito Federal.-----

-- - Agrego al apéndice de este instrumento bajo la letra "A" el mencionado permiso y copia fotostática a los testimonios que de la presente se expidan.-----

-- - EXPUESTO LO ANTERIOR, se establecen las siguientes:-----

-----C L A U S U L A S-----

-- - PRIMERA.- Las personas cuyos nombres se indican en el proemio de este instrumento, constituyen una Sociedad Civil,

con la denominación de: "AGENCIA DE INVESTIGACION EN COMUNICACION, DE CAPACITACION Y DE ASESORIA", SOCIEDAD CIVIL, la cual irá seguida de las palabras "SOCIEDAD CIVIL", o de su abreviatura "S.C.", con domicilio en México, Distrito Federal, Cláusula de Admisión de Extranjeros y Duración de Noventa y Nueve años.-----

-- - SEGUNDA.- La sociedad podrá realizar los siguientes objetos:-----

-- - 1.- Proporcionar e impartir enseñanza vocacional y de comercio en general, cursos de procesamiento electrónico de datos, así como estudios especializados en cualquier materia o conocimiento y servicios de consultoría de comunicación y educación.-----

-- - 2.- El establecimiento, formación, fundación, organización de escuelas, colegios, planteles, academias, seminarios, institutos, talleres, laboratorios, métodos y sistemas para impartir los estudios a que se refiere el punto anterior.-----

-- - 3.- Adquirir, enajenar, dar o recibir el arrendamiento y grabar toda clase de bienes muebles e inmuebles, equipos accesorios y todos los demás elementos de uso y consumo que tenga relación con los objetos de la sociedad.-----

-- - 4.- La constitución a favor o a cargo de la sociedad de toda clase de créditos con o sin garantía.-----

-- - 5.- En general la ejecución de todos los actos y la celebración de toda clase de contratos, convenios o negociaciones necesarios o convenientes al mejor desarrollo de los fines sociales que en ningún caso constituirán especulación comercial.-----

-- - TERCERA.- Los otorgantes declaran que el capital social, o sea la suma de CUARENTA Y NUEVE MIL PESOS, Moneda Nacional,

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



ha sido íntegramente suscrito y pagado por los socios de la
siguientemanera:-----

S O C I O S -----	VALOR-----
EDITH ARACELI MARTINEZ CHAVEZ APORTA LA CANTIDAD DE SIETE MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.-----	\$ 7,000.00-----
GRISELDA AGUILAR VIEYRA APORTA LA CAN-- TIDAD DE SIETE MIL PESOS, MONEDA NACIO-- NAL.-----	\$ 7,000.00-----
DIEGO JUAREZ CHAVEZ APORTA LA CANTIDAD DE SIETE MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.---	\$ 7,000.00-----
MIGUEL ANGEL MACIEL GONZALEZ, APORTA LA CANTIDAD DE SIETE MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.-----	\$ 7,000.00-----
MARCOS CASTAÑEDA CONTRERAS APORTA LA CANTIDAD DE SIETE MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.-----	\$ 7,000.00-----
RAFAEL DIAZ MACIAS APORTA LA CANTIDAD - DE SIETE MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.---	\$ 7,000.00-----
MARGARITA ROMERO CAPISTRAN APORTA LA CANTIDAD DE SIETE MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.-----	\$ 7,000.00-----
TOTAL:-----	\$49,000.00-----

-- - CUARTA.- Todo extranjero, que en el acto de la
constitución o en cualquier tiempo ulterior, adquiera un
interés o participación social en la sociedad, se considera por
ese simple hecho como mexicano respecto de uno y otra y se
entenderá que conviene, en no invocar la protección de su
gobierno, bajo la pena, en caso de faltar a su convenio de
perder dicho interés o participación en beneficio de la nación

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

mexicana.-----
 -- - QUINTA.- La Sociedad queda sujeta a los estatutos que, firmados por los otorgantes agrego al apéndice de este instrumento bajo la letra "B".-----

-- - SEXTA.- Los otorgantes considerando la presente como su primera Asamblea General, por UNANIMIDAD DE VOTOS toman los siguientes:-----

-----A C U E R D O S-----

-- - UNO.- Que la sociedad sea Administrada por un ADMINISTRADOR, y para tal efecto designan a la señorita EDITH ARACELI MARTINEZ CHAVEZ, quién gozará de todas las facultades a que se refieren las cláusulas relativas a la Administración de esta escritura.-----

-- - DOS.- Los ejercicios sociales correrán del primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año; por excepción el primer ejercicio correrá a partir de la fecha de firma de la presente escritura y terminará el treinta y uno de diciembre del año en curso.-----

-- - POR SUS GENERALES y advertidos de las penas en que incurren quienes declaran falsamente los comparecientes manifestaron ser:-----

-- - La señorita EDITH ARACELI MARTINEZ CHAVEZ, mexicana, nacida en esta Ciudad, el día veinticuatro de febrero de mil novecientos sesenta y tres, soltera, Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva, con domicilio en Guerrerense manzana tres, lote veintisiete, Colonia Arturo Martínez, en esta Ciudad y con Registro Federal de Contribuyentes "MACE-630224-VCA".---

-- - Se identifica con credencial para votar con número de folio cero nueve ocho dos dos dos cero dos, expedida por el Instituto Federal Electoral.-----

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



-- - La señorita GRISELDA AGUILAR VIEYRA, mexicana, nacida en esta Ciudad, el día veintidós de noviembre de mil novecientos setenta y uno, soltera, Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva, con domicilio en Cerrada del Golfo número veintiuno, Colonia Ampliación La Quebrada, Cuautitlán Izcalli, Estado de México y cuyo Registro Federal de Contribuyentes es "AUVG-711122-CG4".-----

-- - Se identifica con credencial para votar con número de folio dos cuatro ocho cinco uno uno ocho cero, expedida por el Instituto Federal Electoral.-----

-- - El señor DIEGO JUAREZ CHAVEZ, mexicano, nacido en esta Ciudad, el día catorce de febrero de mil novecientos sesenta y dos, soltero, Licenciado en Psicología, con domicilio en Viveros del Retiro número doce A, Colonia Viveros de la Loma, Tlalnepantla, Estado de México y cuyo Registro Federal de Contribuyentes es "JUCD-620214-944".-----

-- - Se identifica con credencial para votar con número de folio dos cinco siete seis cinco seis cuatro uno, expedida por el Instituto Federal Electoral.-----

-- - El señor MIGUEL ANGEL MACIEL GONZALEZ, mexicano, nacido en esta Ciudad, el día veintinueve de diciembre de mil novecientos setenta y uno, soltero, Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, con domicilio en Delia número ciento cuarenta y nueve, interior seis, Colonia Guadalupe Tepeyac, en esta Ciudad y cuyo Registro Federal de Contribuyentes es "MAGM-711229-H60".

-- - Se identifica con credencial para votar con número de folio cero ocho tres uno seis siete cero cuatro, expedida por el Instituto Federal Electoral.-----

-- - El señor MARCOS CASTAÑEDA CONTRERAS, mexicano, nacido en esta Ciudad, el día nueve de marzo de mil novecientos sesenta

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

[Handwritten mark]

y ocho, soltero, Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, con domicilio en Ignacio Manuel Altamirano número treinta y tres, interior veinticuatro, Colonia San Rafael, en esta Ciudad y cuyo Registro Federal de Contribuyentes es "CACM-680309-FZ7".-----

-- - Se identifica con credencial para votar con número de folio uno uno cinco tres cero siete nueve cinco, expedida por el Instituto Federal Electoral.-----

-- - El señor **RAFAEL DIAZ MACIAS**, mexicano, nacido en Naucalpan, Estado de México, el día veinticuatro de septiembre de mil novecientos setenta y cuatro, soltero, Licenciado en Economía, con domicilio en Colima número nueve, Colonia México Nuevo, Atizapán de Zaragoza, Estado de México y cuyo Registro Federal de Contribuyentes es "DIMR-740924-66A".-----

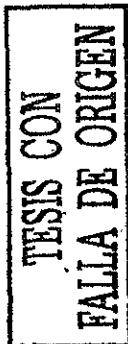
-- - Se identifica con credencial para votar con número de folio cero siete uno siete cero siete tres uno siete, expedida por el Instituto Federal Electoral.-----

-- - La señorita **MARGARITA ROMERO CAPISTRAN**, mexicana, nacida en Puebla, Puebla, el día diecisiete de junio de mil novecientos sesenta y siete, soltera, Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva, con domicilio en Unidad El Rosario CROC dos, Edificio ciento cuatro, departamento ciento dos, Tlalnepantla, Estado de México y cuyo Registro Federal de Contribuyentes es "ROCM-670617-UF2".-----

-- - Se identifica con credencial para votar con número de folio dos nueve tres tres uno dos ocho siete, expedida por el Instituto Federal Electoral.-----

-- - **YO EL NOTARIO HAGO CONSTAR BAJO MI FE:**-----

-- - I.- Que identifiqué a los comparecientes con los documentos relacionados en sus generales, y que, a mi juicio,





tienen capacidad legal.-----

-- - II.- Que tuve a la vista los documentos que se citan en este instrumento.-----

-- - III.- Que advertí a los comparecientes que deberán acreditarme dentro del mes siguiente a la fecha de firma de esta escritura, haber presentado la solicitud de inscripción de la sociedad en el Registro Federal de Contribuyentes y en caso de no exhibir dicha solicitud, procederé a dar el aviso correspondiente a las autoridades competentes.-----

-- - IV.- Que les leí íntegramente este instrumento, les expliqué el valor y consecuencias legales de su contenido, se mostraron conformes con él y lo firman ante el suscrito que LO AUTORIZA DE INMEDIATO el día de su fecha.-----

-- - FIRMAS: SIETE ILEGIBLES.-----

-- - M. SOBERON M.- EL SELLO DE AUTORIZAR.-----

MIGUEL SOBERON MAINERO, Notario Ciento Ochenta y Uno del Distrito Federal, hago constar que la presente copia es fiel reproducción de su original que obra en el protocolo a mi cargo, lo que certifico únicamente para efectos fiscales. México, Distrito Federal, a veintiocho de julio de mil novecientos noventa y nueve .Doy Fé.

M. Soberon M.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN



ACTA DE ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE SOCIOS DE "AGENCIA DE INVESTIGACION EN COMUNICACION, DE CAPACITACION Y DE ASESORIA", S.C.

En la Ciudad de México, Distrito Federal, siendo las 12:00 horas del día 18 de febrero de 2001, se reunieron en el domicilio social de "AGENCIA DE INVESTIGACION EN COMUNICACION, DE CAPACITACION Y DE ASESORIA", S.C., los socios que se mencionan en la Lista de Asistencia que se transcribe a continuación, con el objeto de celebrar una Asamblea General Ordinaria de Socios de la mencionada sociedad.

LISTA DE ASISTENCIA

SOCIOS	PARTES SOCIALES	VALOR
EDITH ARACELI MARTINEZ CHAVEZ	1	\$ 7,000.00
GRISelda AGUILAR VIEYRA	1	\$ 7,000.00
DIEGO JUAREZ CHAVEZ	1	\$ 7,000.00
MIGUEL ANGEL MACIEL GONZALEZ	1	\$ 7,000.00
MARCOS CASTAÑEDA CONTRERAS	1	\$ 7,000.00
RAFAEL DIAZ MACIAS	1	\$ 7,000.00
MARGARITA ROMERO CAPISTRAN	1	\$ 7,000.00
T O T A L	7	\$49,000.00

Presidió la asamblea la señorita EDITH ARACELI MARTINEZ CHAVEZ, Administradora de la Sociedad y actuó como Secretario la señorita GRISelda AGUILAR VIEYRA.

Estuvieron como invitados los señores Manuel Navarrete Armas y Vicenta González Nava.

ORDEN DEL DIA

- I. Transmisión de Partes Sociales.
- II. Renuncia del Administrador.
- III. Designación del nuevo Administrador.
- IV. Autorización.

Los socios aprobaron los asuntos contenidos en la Orden del Día, por lo que se procedió a su desahogo.

1.- Transmisión de Partes Sociales.- La Presidente a nombre propio y en representación de todos los demás socios de la sociedad, manifestó a la Asamblea, que es intención de todos los actuales socios de la sociedad el transmitir la totalidad de las partes sociales de que son propietarios, en favor de dos nuevos inversionistas, señores Manuel Navarrete Armas y Vicenta González Nava, y en su caso que el capital social quede

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

representado de ahora en adelante, en la siguiente forma:

SOCIOS	PARTES SOCIALES	VALOR
MANUEL NAVARRETE ARMAS	1	\$21,000.00
VICENTA GONZALEZ NAVA	1	\$28,000.00
T O T A L	2	\$49,000.00

Acto seguido y después de una breve deliberación, la Asamblea por unanimidad de votos resolvió que todas las acciones que eran nuestras y que representan la parte social de cada uno se transfieren íntegramente en cuanto a nuestros derechos y obligaciones que teníamos con respecto a la persona moral denominada "AGENCIA DE INVESTIGACION EN COMUNICACION, DE CAPACITACION Y DE ASESORIA", S.C., a los señores Manuel Navarrete Armas y Vicenta González Nava; por lo tanto a partir de la fecha del presente, las personas que intervinieron en el Griselda Aguilar Vieyra, Diego Juárez Chávez, Miguel Angel Maciel González, Edith Araceli Martínez Chávez, Rafael Díaz Macias, Marcos Castañeda Contreras y Margarita Romero Capistrán, se liberan de cualquier responsabilidad, derechos u obligaciones respecto de la parte social que se transfirió y que menciona en este punto.

Presentes en esta Asamblea, los señores Manuel Navarrete Armas y Vicenta González Nava, expresaron su conformidad en adquirir la totalidad de las partes sociales mencionadas y en constituirse, en los únicos y legítimos socios de la sociedad.

2.- Renuncia del Administrador.- En virtud de lo hecho constar en el punto anterior, la señorita Edith Araceli Martínez Chávez, manifestó a los presentes a los nuevos socios, que deseaba dejar de desempeñar el cargo de Administradora que ocupa actualmente dentro de la Administración de la Sociedad, y que por tanto en este momento la Presidenta, presenta con carácter de irrevocable, su respectiva renuncia al mismo.

Después de un intercambio de opiniones y discutido lo anterior, los socios por unanimidad de votos, tomaron los siguientes acuerdos:

a).- Se acepta la renuncia irrevocable presentada por la señorita Edith Araceli Martínez Chávez, al cargo de Administradora de la sociedad.

b).- A partir del día de hoy, se revela a la señorita Edith Araceli Martínez Chávez de cualquier tipo de responsabilidad en que hubieren podido incurrir con motivo del desempeño de su cargo dentro de la administración de la sociedad.

3.- Designación del nuevo Administrador.- A propuesta del

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Secretario y por unanimidad de votos, la Asamblea resolvió elegir al señor Manuel Navarrete Armas, para que de ahora en adelante ocupe el cargo de Administrador de la sociedad

Presente en esta Asamblea, el señor Manuel Navarrete Armas, aceptó su designación.

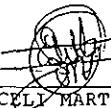
La Administradora designada gozará de los poderes y facultades a que se refieren los estatutos sociales de la sociedad.

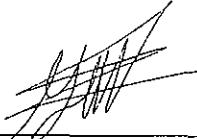
4.- Autorización.- A propuesta del Presidente y por unanimidad de votos, la Asamblea resolvió autorizar a los señores Edith Araceli Martínez Chávez, Griselda Aguilar Vieyra, Diego Juárez Chávez, Miguel Angel Maciel González, Marcos Castañeda Contreras, Rafael Díaz Macías, Margarita Romero Capistrán, Manuel Navarrete Armas y Vicenta González Nava, para que conjunta o separadamente firmen ante cualquier Notario de su elección, la protocolización total o en lo conducente de la presente acta, así como para que inscriban ante el Registro Público de Comercio que corresponda, la escritura o escrituras a la que la presente acta dará lugar.

REDACCION DE LA PRESENTE ACTA.- El Secretario procedió a redactar la presente acta, hecho lo cual le dio lectura y los socios la aprobaron por unanimidad de votos.

CLAUSURA.- No habiendo otro asunto que tratar, la Asamblea se clausuró a las 13:00 horas del día de su celebración, levantándose para constancia la presente acta que firman todos los que a dicha Asamblea concurrieron.

[Handwritten signatures and marks on the left margin]


EDITH ARACELI MARTINEZ CHAVEZ


GRISELDA AGUILAR VIEYRA

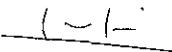

DIEGO JUAREZ CHAVEZ


MIGUEL ANGEL MACIEL GONZALEZ


MARCOS CASTAÑEDA CONTRERAS


RAFAEL DIAZ MACIAS


MARGARITA ROMERO CAPISTRAN


MANUEL NAVARRETE ARMAS

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Vicenta
VICENTA GÓZALEZ NAVA

MIGUEL SOBERON MAINERO, Notario Ciento Ochenta y Uno del Distrito Federal, CERTIFICO que la presente copia fotostática, en-----cuatro-----foja (s), es fiel reproducción del documento original que me fué presentado, que doy fé haber tenido a la vista, a cuyo efecto he levantado en el Libro de Cotejos el Registro Número ----doce mil seiscientos veinte-----, a cuyo apéndice agrego un ejemplar de esta copia. México, Distrito Federal, a ---catorce---de---marzo---del año dos mil---uno---. Doy Fé.-----

Miguel Soberón Mainero



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**