



La Teoría de los Sistemas y de las Mediaciones. Enfoques posibles para los estudios de la comunicación organizacional en Cuba

The Theory of Systems and of Mediations. Possible Approaches for Organizational Communication Studies in Cuba

Hilda Saladrigas Medina^(*)

Universidad de La Habana - Cuba
saladrigas@infomed.sld.cu

Resumen

La comunicación organizacional constituye una joven disciplina que en Cuba da pasos para su consolidación. Sus estudios e investigaciones históricamente signados por el paradigma positivista están marcando unos giros paulatinos a nuevas perspectivas teórico-metodológicas en los últimos años. En ese marco la Teoría de los Sistemas, con un enfoque más cercano al paradigma de la complejidad, y la Teoría de la Mediación Social desarrollada por el profesor e investigador Manuel Martín Serrano y enriquecida por perspectivas latinoamericanas, constituyen enfoques teóricos posibles y factibles de enriquecer los estudios que en esta

Abstract

Organizational communication is a young discipline that is advancing its consolidation in Cuba. Its studies and researches have been historically marked by the positivist paradigm, but are now changing towards new theoretical-methodological perspectives. In the frame of the Systems Theory, with a closer approach to the paradigm of complexity, and the Theory of Social Mediation developed by Professor and researcher Manuel Martín Serrano (enriched by the Latin-American perspectives) constitute possible theoretical approaches which may enrich the studies that are being made on this topic, at the same time that

temática se realizan a la vez que validar sus propios presupuestos.

it can validate its own suppositions.

Palabras clave: *comunicación organizacional, teoría de los sistemas, teoría de las mediaciones.*

Keywords: *organizational communication, systems theory, theory of mediations.*

1. UNA INTRODUCCIÓN OPORTUNA

La comunicación organizacional es un fenómeno sobre el cual existe una pluralidad conceptual, toda vez que al mismo tiempo se puede interpretar como proceso, conjunto de técnicas y disciplina. Su estudio y posterior conformación disciplinar que comenzara por los Estados Unidos, luego pasara a Europa, y más tarde a América Latina y Asia en orden cronológico, cuenta con matrices conceptuales y teóricas en la Psicología Social, la Sociología y las Ciencias de la Administración. Ello unido a la diversidad de prácticas que le son asociadas ha implicado una diversidad de atribuciones y ubicaciones en el espacio organizacional y en las prioridades gerenciales.

Explicada a través de enfoques mecánicos, psicológicos, sistémicos, contingenciales, interpretativos y críticos, estos últimos muy puntuales, ha estado más cobijada en los contenidos de administración que asociada a los cuerpos conceptuales que han estudiado la comunicación social, particularmente la que profusamente ha analizado a la comunicación mediática, a pesar de tener puntos coincidentes. No obstante actualmente -y como parte de un paulatino proceso de reconocimiento mutuo-, se aprecia un desplazamiento que hace notar su presencia en lo que se ha dado en llamar campo de la Comunicación Social, o sea, en los planes de estudio que forman profesionalmente a comunicadores sociales, relacionistas públicos, publicistas, entre los más cercanos; la literatura especializada que se produce en el seno de universidades y organizaciones profesionales, las líneas de investigación y las agendas de los eventos internacionales que se organizan en esta área.

Sin embargo, y muy a pesar de que las temáticas investigadas se han diversificado al igual que los métodos y técnicas empleados en su estudio, -los cuales han incorporado la perspectiva cualitativa- y se observan condicionantes disciplinares favorables a una interpretación de la comunicación organizacional desde posiciones más intersubjetivas, constructivistas y críticas, marcha a la zaga con respecto a lo registrado por los estudios de comunicación masiva. Estos últimos experimentaron entre otros sucesos, el desplazamiento de los medios a las mediaciones ocurrido en la década del ochenta que ofreciera otra mirada sobre el proceso comunicativo como un lugar estratégico para advertir la cultura y con ello desplazar la mirada de los medios, mensajes y canales hacia los modelos de comportamiento, sistemas narrativos, procesos de socialización, usos de los me-

dios y productos comunicativos, que diversificaron y enriquecieron la agenda y manera de hacer la investigación en el área y que bien harían con marcar su impronta en los estudios que se hacen del proceso comunicativo en los espacios organizacionales.

En Cuba la comunicación organizacional comienza a abordarse en la década del ochenta en círculos de estudiosos de la psicología social¹ y la comunicación². En la década del noventa se produce un notable crecimiento que promete ser superado en la primera decena del siglo XXI. Éste ha respondido a las necesidades socioeconómicas y culturales, o sea macrosociales, más que a condiciones institucionales y disciplinares.

Institucionalmente ha sido abordada mayoritariamente en espacios de enseñanza universitaria, pero también en centros de investigación, aunque en mucha menor proporción. Geográficamente se ha concentrado en las provincias Ciudad de La Habana, Villa Clara y Santiago de Cuba, respectivamente. Ha sido tratada desde diferentes áreas disciplinares tales como el Diseño de Comunicación Visual, la Comunicación Social, la Psicología Social y Organizacional, la Administración, la Bibliotecología y las Ciencias de la Información, la Sociología y las Artes y Letras, por orden y no de manera integrada.

Ha construido objetos diversos, toda vez que se trabajan temas asociados a la totalidad de las aristas relacionadas con el campo de la comunicación organizacional, al menos como se ha organizado disciplinarmente en el país, o sea, la identidad visual, la comunicación interna, la comunicación para el marketing, la imagen corporativa, campañas de comunicación, promoción institucional, cultura organizacional, comunicación corporativa, publicidad, relaciones públicas, comunicación de bien público y propaganda.

¹ La editorial de Ciencias Sociales publica en 1988 el libro titulado *Colectivo laboral y comunicación* de las psicólogas cubanas Ángela Casaña y Lina Domínguez del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS). En el mismo se exponen resultados de investigaciones realizadas en centros laborales cubanos en torno a la comunicación en grupos y colectivos laborales, así como las relaciones comunicativas entre jefes y subordinados, entre otros tópicos.

² En la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana se reportaron 9 investigaciones (Trabajos de Diploma).

Los ámbitos de concreción mayormente tratados han sido los empresariales vinculados a los sectores emergentes de la economía cubana de estos últimos veinticinco años estudiados. El peso fundamental de la investigación tiene un fin aplicado. En ella se observa una fuerte influencia de las condiciones macroeconómicas, políticas y sociales en cuanto a temáticas tratadas, ámbitos estudiados y fin de la investigación, en detrimento de la necesidad de estructuración de la propia disciplina.

Epistemológicamente ha prevalecido un enfoque positivista o empírico-analítico que se expresa en posiciones de los paradigmas funcionalista y pragmático, los cuales ni siquiera son reconocidas conscientemente. No se observa un apego concreto a posiciones teóricas específicas, sino más bien sistematizaciones conceptuales que permiten ubicar el fenómeno y las categorías que del mismo serán abordadas por el estudio, las cuales aparecen referidas generalmente en los marcos teóricos. Metodológicamente prevalece la perspectiva cuantitativa de la investigación empírica, el uso de varias técnicas de recogidas de información, el carácter descriptivo y el empleo muchas veces de metodologías ya probadas para determinados análisis como suele suceder con las auditorias de imagen y los diagnósticos de identidad visual. Y aunque se observa la correspondencia lógica entre la postura epistemológica, las posiciones teóricas y los enfoques metodológicos, estos no son conscientemente articulados, sobre todo entre teoría y metodología en detrimento del diseño y por supuesto de los resultados obtenidos. Los análisis de resultados suelen ser mayoritariamente descriptivos y quedan a nivel de los datos empíricos. No se observa una reflexión capaz de integrarlos con la sistematización teórica formulada en los marcos teóricos y referenciales (contexto) y mucho menos con la metodología empleada.

Estos resultados, producto de una investigación de corte epistemológico, promovieron una reflexión crítica que después de múltiples análisis y contrastaciones bibliográficas y conceptuales consideró oportuno fundamentar el empleo de la Teoría de los Sistemas y de las Mediaciones a nivel teórico para respaldar la realización de estudios e investigaciones sobre la comunicación organizacional en el contexto cubano.

Entre otros argumentos se consideraron el hecho de que la Teoría de los Sistemas ha sido históricamente utilizada en los estudios organiza-

cionales (organizaciones, consideradas sistemas sociales³), incluyendo la variable comunicación; su empleo también para explicar el proceso comunicativo⁴ en sus diferentes niveles de concreción; la relación que la misma establece con los procesos de mediación; el hecho de que desde finales de la década del setenta la Teoría de la Mediación Social propuesta por el profesor e investigador Manuel Martín Serrano ha venido ayudando a entender la intervención del proceso comunicativo en los cambios históricos y en la reproducción de las sociedades en diferentes contextos geográficos, socioeconómicos y espacios sociales; así como la existencia de experiencias que las han utilizado indistintamente para el abordaje del fenómeno comunicativo organizacional (Serrano, 1996; Piñuel, 1997; Baccin, 2003).

Así se formuló una propuesta que **desde el punto de vista teórico pretende, entre otros aspectos (Saladrigas, 2006):**

- Desarrollar la integración de teorías disciplinares diversas en el abordaje del objeto-problema de investigación que se delinea en la comunicación organizacional.
- Incentivar el trabajo investigativo multidisciplinario.
- Relacionar la teoría de los sistemas y de las mediaciones como posibles formas teóricas y utilizar dicha relación, al menos por el momento, como marco conceptual para abordar la comunicación en las organizaciones.
- Enfatizar la necesaria reflexión teórica en la investigación que se desarrolle para esta temática.
- Contribuir a la visión de la comunicación como un sistema que opera dentro de las organizaciones, por tanto subsistema de uno mayor, a la vez que proceso mediado y mediador.

Esta propuesta, además, concibe el conocimiento como una construcción y la investigación, como práctica flexible y dinámica que debe potenciar el pensar, no sólo del objeto de investigación, -en este caso el proceso de comunicación en los espacios organizacionales-, en los que están inmersos hombres que interactuarán con el sujeto de investigación, o

³ Unidades de análisis.

⁴ Categoría de análisis.

sea el investigador, mediante el ejercicio mismo, del cual deben emanar acciones más conscientes y comprometidas que enriquecerán las prácticas y con ello la teoría, en un ciclo dialéctico.

Si bien es cierto que bajo la influencia de una concepción como ésta no caben los encasillamientos conceptuales, sí se puede hablar de una forma de organización racional que sirva para demarcar el objeto de estudio⁵, siempre y cuando sea abierta a nuevas propuestas dado el caso.

2. UNA FUNDAMENTACIÓN NECESARIA

2.1. En el plano conceptual más general

La **Teoría de los Sistemas** abiertos propuesta por Ludwing Von Bertalanffy (1956) que se caracterizó por concebir todo objeto como una totalidad compleja o un componente de tal si bien en sus orígenes recibió fuertes influencias del positivismo, no es menos cierto que ha evolucionado y en ese proceso ha recibido influjos de la fenomenología y la hermenéutica, a la vez que servido de fuente, incluso al paradigma de la complejidad⁶.

Las **organizaciones** como fenómenos de las sociedades modernas tienen una estrecha relación con éstas de manera que la tornan cada vez más diferenciada y compleja. Múltiples han sido las formas de conceptualizarlas y diversos los autores que lo han hecho⁷, y de una manera u otra, todos coinciden en que resultan agrupaciones, en las que un grupo de personas mantienen determinadas relaciones sociales, interactuando entre sí con el fin de lograr determinados objetivos y metas para lo cual adoptan determinada estructura.

Para los psicólogos Katz y Kahn las organizaciones sociales “son notoriamente sistemas abiertos, pues el insumo de energía y la conversión

⁵ En palabras de Zemelman “establecer un orden de jerarquías determinables en el plano de lo concreto -real” (1992: 146)

⁶ Propuesto por Edgar Morin, cuyo método, el pensamiento complejo establece tres principios: dialógico, de recursividad organizativa y hologramático, cuya acción de Auto-eco-organización establece que el todo está en el interior de la parte que a su vez está en el interior del todo (Al-sina, 2001: 144 y 145).

⁷ Chester Barnard (1938), Max Weber (1947), Talcott Parsons (1966), Richard Hall (1976), Edgar Schein (1985) y Katz y Kahn (1986), entre otros.

del resultado en insumo energético adicional consisten en transacciones entre la organización y su ambiente” (1986: 25).

A decir de estos propios autores, son los papeles⁸, normas⁹ y valores¹⁰ los que hacen a las organizaciones sociales constituirse en sistemas sociales y que para Niklas Luhmann (1983) está en la capacidad de condicionar la pertenencia, a la cual une la generalización de la motivación. Así en la teoría de sistemas, y también en el pensamiento marxista, las relaciones entre las personas preceden y fundan a las personas en tanto individualidades y sus intenciones.

De ahí que las organizaciones sociales, como todo sistema, desarrollan un conjunto de actividades para alcanzar determinados fines, que según Katz y Kahn son denominados subsistemas, los cuales pueden ser técnicos o de producción; de apoyo; de mantenimiento; de adaptación y gerenciales. Además de que la organización funciona como un subsistema respecto al ambiente que le rodea y va a ser sistema, subsistema o suprasistema en dependencia de su grado de autonomía o los intereses o fines bajo los que se analice.

El (los) objetivo (s) de la organización es lo que la guía, orienta el acontecer, las actividades y los procesos que en la misma se desarrollan, de ahí que sirvan para caracterizarla y analizarla. Las funciones no siempre pueden ser asociadas a los objetivos de la organización. Estas tienen que ver con su acción dentro del sistema de la sociedad que la abarca, o sea, la contribución que presta a una situación determinada (Mayntz, 1972: 76).

Han sido múltiples las tipologías definidas. Para ello se han tenido en cuenta la función, la función utilitaria, los objetivos, el control que se ejerce, factores de primer (aquella que realiza como subsistema de la sociedad) y segundo orden (aspectos específicos de la estructura, la naturaleza de las transacciones ambientales e internas, entre otras). También han sido clasificadas como formales e informales.

⁸ Asociados a la interdependencia de las funciones que realizan.

⁹ Asociadas a las exigencias normativas de dichas funciones y posiciones dentro de la organización.

¹⁰ Asociados a los objetivos de la organización.

Como concepto ha estado muy cercano al de grupos sociales¹¹ e instituciones sociales¹², los que a veces son usados indistintamente, aunque según muchos autores tienen sus especificidades.

Por su parte la **comunicación social** también ha sido considerada un sistema por varios autores, entre otros Manuel Martín Serrano (1981), María Luisa Muriel y Gilda Rota (1982), Niklas Luhmann (1983), José Luís Piñuel (1989) y José A. Gaitán. (1995) y Abraham Nosnik (1995).

Martín Serrano (1989: 108) por ejemplo, establece que el análisis de sistemas puede utilizarse en el estudio de la comunicación porque ésta a nivel real presenta las características que se le exigen a los mismos, léase:

- a) Su práctica presupone siempre la participación de más de un componente. El repertorio mínimo de componentes que pueden existir en cualquier práctica comunicativa son: dos actores; una sustancia expresiva; un instrumento biológico o tecnológico de modificación de la sustancia expresiva; un instrumento biológico o tecnológico de captación de señales, una representación y una intención.
- b) Los componentes de cualquier sistema de comunicación, en la práctica comunicativa, están siempre organizados, característica que da pie a la utilización de un método sistemático de estudio.
- c) Cada sistema de comunicación implica necesariamente la existencia de determinados componentes seleccionados para que aquel pueda cumplir sus funciones. Una correcta definición del sistema de comunicación que se estudia, permite saber cuáles son los componentes implicados de forma optativa.

No obstante se reconoce que la lógica que emplea este enfoque puro no permite dar cuenta de la contradicción interna, entre los componentes, y externa, de los sistemas. Por ello Piñuel afirma que “quienes pretenden explicar la comunicación basándose en la metodología de la Teoría General de los Sistemas se ven obligados a tomar como comunicación algo

¹¹ Conjuntos combinados de procesos, de relaciones sociales y modos colectivos de conducta en un complejo de interacciones humanas (Recasens citado por Méndez *et al.*, 2001:122).

¹² Conjunto de actos, ideas y creencias, que los individuos se proponen cumplir como miembros de la sociedad a la que pertenecen (Méndez *et al.*, 2001: 126).

que sea diferente del mero comportamiento de los sistemas y que a la vez se explique como un comportamiento sistemático” (1997: 58).

Es así que proponen un enfoque sistémico dialéctico que recurre a una lógica que tiene en cuenta el cambio cualitativo de los componentes y de las relaciones entre los sistemas, sin pretender reducir dichos cambios a una simple diferencia formal. Hablan de sistemas finalizados (su funcionamiento depende de los intereses que persiguen los usuarios, sean personas físicas o instituciones) que se transforman a lo largo de la historia pues sus usos varían, a los que se le ha aplicado la lógica de la dialéctica¹³, modelo con base en los postulados del marxismo.

Éste comprende las relaciones entre las dimensiones sociales, comunicativas y psicobiológicas habitualmente presentes, tanto a nivel de conducta personal como a nivel de prácticas sociales de interacción en las organizaciones y en la sociedad en general.

En su modelo Martín Serrano destaca el análisis sistémico de las relaciones entre estos tres sistemas (Piñuel, 1997: 63):

- Un Sistema Social (SS) cuya estructura se regula por derechos y obligaciones que afectan a individuos e instituciones respecto a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, objeto de la interacción social.
- Un Sistema Comunicativo (SC) en cuya estructura se articulan pautas y patrones de expresión correspondientes a los diversos códigos (icónicos, gráficos y audiovisuales) que facilitan la producción e interpretación de signos y mensajes, objeto de la interacción comunicativa.
- Un Sistema de conocimientos y representaciones culturales, Sistema Ecológico (SE) que polariza las relaciones entre sujetos y entorno, cuyo contenido articulado hace posible que a las cosas, los aconteceres, a las personas, cualquier sujeto le atribuya valores, símbolos, expectativas, capaces de proporcionarle gratificaciones o sufrimientos, objeto de la interacción ecológica, o adaptativa.

¹³ Que genera una posición epistemológica en la que el conocimiento (en tanto aproximación o adecuación entre objeto-sujeto) se construye históricamente y es resultado también de la propia actividad comunicativa, en la cual se intercambia mediante el diálogo, lo que postula la teoría y lo que acontece en la práctica.

Estos sistemas descritos se mantienen abiertos a sus influencias recíprocas y a otro sistema más general que los convierte en subsistemas con relación a él: el Sistema Umwelt (SU), conocido también como Sistema Referencial o Histórico.

Partiendo pues, como lo hace esta propuesta teórica de que la comunicación es un proceso mediado¹⁴ y mediador¹⁵ es que también consideramos oportuno tener como referente a la **Teoría de la Mediación Social**, la cual según su autor, Manuel Martín Serrano “es adecuada para estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia” (2004: 22).

La **mediación** definida como “la energía social que tiende a reducir la disonancia que se produce cuando los cambios culturales y tecnológicos se contraponen y no logran armonizar las relaciones del medio natural con el medio social y funciona como un operador lógico que otorga coherencia a la práctica social y como un controlador social que históricamente va asumiendo modelos hegemónicos e ideológicos de mediación social” (Martín Serrano, 1978; cit. por Serrano, 2001: 178). Esta produce modelos de ajuste al cambio social, particularmente su autor cita el mosaico¹⁶, el abstracto o latente¹⁷, el jerárquico¹⁸ y el articular¹⁹. También son considera-

¹⁴ Intervenido por el sistema social en el que se lleva a cabo.

¹⁵ Mecanismo de dominio sobre el medio y a la vez de adaptación, toda vez que a nivel biológico se utiliza como medio para asegurar la supervivencia de las especies y en la especie humana, además se amplía su uso al manejo del medio creado por el propio hombre (tecnológico, relacional, cultural, institucional y axiológico).

¹⁶ Establece la independencia de los hechos. Realiza la operación lógica de la intersección. (Martín Serrano, 1978: 62).

¹⁷ Usa los datos explícitos con el objeto de interesar en una realidad que de ellos se infiere, el mediador emplea un sistema de orden que posee carácter latente; nunca muestra los criterios que usa para clasificar la realidad: o porque para el propio mediador son inconscientes, o porque desea mantenerlos ocultos. Resulta identificador (Martín Serrano, 1978: 69).

¹⁸ Establece un orden de implicación de los hechos, los que se relacionan en términos de dependencia. Resultan excluyentes (Martín Serrano, 1978: 66).

¹⁹ Orden inmanente que establece el mediador. Resulta excluyente (Martín Serrano, 1978: 69).

das un conjunto de instituciones mediadoras²⁰, que operan produciendo objetos mediadores²¹.

Según Martín Serrano toda comunicación establece una cierta consonancia entre el cambio del entorno y la transformación de las representaciones del mundo, o sea, tiene una función de ajuste entre conocimiento y realidad. Así “la **mediación comunicativa** se realiza a partir de la selección de unos datos a propósito de esos aconteceres y la vinculación de tales datos del acontecer con otros; la presentación del relato que describe lo que acontece en una u otra forma expresiva en un único proceso de producción social de información abierto al cambio del acontecer y a la intervención del sistema social” (Martín Serrano, 2004: 203). Fundamentalmente se consideran dos tipos de mediaciones²²: la mediación cognitiva²³ y la mediación estructural²⁴.

Ahora bien la **comunicación es mediada** cuando se reconoce la función reproductora que desempeña el sistema social acerca del sistema de comunicación o cuando se advierte la función reproductora que desempeña el sistema ecológico acerca del sistema de comunicación.

Estos preceptos conceptuales han sido desarrollados en América Latina sobre todo en lo concerniente al proceso de recepción de la comunicación mediática, donde se destaca la obra del profesor colombiano de origen español Jesús Martín-Barbero (*De los medios a las mediaciones*, 1987), el profesor mexicano Guillermo Orozco (*Modelo de la mediación múltiple*, 1993) y el profesor Enrique Sánchez Ruíz (*Metodología histórico-estructural de las mediaciones en la comunicación de masas*, 1991) entre otros, los cuales han mostrado interés por las mediaciones económicas, políticas, culturales y sociales que intervienen en dicho proceso, así como el papel de la cultura como agente mediador esencial o instancia desde la que se produce la cons-

²⁰ Entre otras la clase social, la política, la educación, la psicoterapia psicoanalítica (Martín Serrano, 1978: 69).

²¹ Aquellos que transportan modelos de ajuste a los cambios que se originan en el plano cultural-tecnológico y en el plano de la innovación y el cambio cultural; que implican, a su vez, el ajuste necesario a una visión del mundo que justifique la relación entre el medio social y el medio natural (Martín Serrano, 1978: 49-51).

²² Atribuidas esencialmente a los medios de comunicación, pero que pueden también ser desarrolladas por otras formas de comunicación.

²³ Asociada a los marcos de referencia que ofrece para interpretar lo que sucede.

²⁴ Asociada a las formas expresivas de que dispone el medio o canal que se utiliza para la comunicación.

trucción social del sentido y que devela a la comunicación como apropiación, experimentación, activación de la competencia cultural de la gente, socialización de la experiencia creativa, reconocimiento de las diferencias, encuentro- conflicto con el otro.

Sería bueno señalar que estas concepciones teóricas en el campo de la comunicación social, si bien tienen definido un aparato categorial que se puede considerar amplio, no han desarrollado suficientemente las metodologías para su aprehensión empírica y mucho menos asociadas a una concepción crítica que es perfectamente compatible con sus esencias, por un lado y por otro han sido muchas veces reduccionistas y simplificadoras.

2.2. En el plano operacional concreto

Las concepciones teóricas hasta aquí explicitadas permitirían la construcción de objetos de estudios en torno a la comunicación organizacional, que al menos para nuestra realidad nacional no han sido abordados.

Hacerlo, además, con una visión crítica implica establecer campos de problemas en donde se puedan definir las opciones objetivamente posibles, ya sea tanto para teorizar como para actuar. No se trata solamente de identificar, descubrir o explicar, sino y también de aprender y transformar mediante el proceso indagatorio mismo.

Ello como es lógico exige una precisión del concepto de comunicación para los espacios organizacionales, los fines que la misma persigue; la relación que guarda con el resto de los sistemas que articulan lo organizacional; la mediación que produce y sufre a través de/y mediante los fenómenos psicológicos, sociológicos, administrativos, tecnológicos y culturales; los elementos que intervienen en su concreción, tanto humanos (personales y sociales) como tecnológicos, así como los ámbitos de materialización de estos estudios y la adaptación de los mismos a sus particularidades.

Esa no es una tarea fácil si se toma en consideración que resulta, como se sabe, un campo complejo y difuso, que a decir de Piñuel (1997) actualmente se estructura en dos tipos de relaciones comunicativas, una interna, que a su vez se reorganiza en torno a tres ejes: el estrictamente profesional, el de convivencia y el de identidad y cultura, y una externa. Además porque la propia propuesta no debe ni encasillarlo, ni limitarlo,

más bien tiene que dejar un margen a quienes en el ejercicio lo deben construir.

Conscientes del reto, se asume el delineado de lo que podrían ser categorías y dimensiones que permitan una aproximación que considere el prisma de una perspectiva crítica y constructivista. Con ello no se excluyen las otras perspectivas que existen y operan, solo que se considera posible otra mirada.

3. COMO SISTEMA

Teniendo como foco de atención el proceso comunicativo, o sea, éste como categoría de análisis, pueden observarse varios componentes que han recibido diferentes denominaciones pero que a los efectos de esta propuesta se prefiere designar como actores, instrumentos, expresiones y representaciones que compondrían el sistema comunicativo siendo consecuente con la propuesta teórica que formulamos²⁵.

Actores: Aquellas personas implicadas en el proceso de producción, distribución y consumo de comunicación, y que en función de ello pueden adoptar el rol de **productor** (genera y/o elabora el mensaje), **distribuidor** (portavoces o representantes del productor) o **consumidor** (receptor activo del mensaje). Estos pueden ser y/o estar dentro de los espacios organizacionales o no. En el caso de los productores y distribuidores generalmente se encuentran los comunicadores profesionales²⁶ (Comunicador organizacional/ institucional, relacionista público, diseñador de comunicación visual, publicista, informático, especialista en información, entre los más conocidos).

Instrumentos: Son los medios o soportes (biológicos y tecnológicos) que operan en la producción, intercambio y recepción de las señales comunicativas.

²⁵ Y siguiendo la formulación de Martín Serrano y Piñuel (1989).

²⁶ Nótese que no se acude al socorrido término de públicos (internos y externos), entre otras cosas por aquellas definiciones que lo enmarcan en posiciones pasivas, que para nada tienen que ver con el presente enfoque. Por otra parte no se ofrecen segmentaciones que pueden estar dadas en una posible reconfiguración de roles en dependencia de intereses investigativos y características de las unidades de análisis.

Expresiones: Son los objetos producidos para servir de sustancia a las expresiones comunicativas, o sea los productos comunicativos elaborados para el acto mismo (mensajes) y que contienen pautas que expresan valores, normas, etc. Estas pueden ser icónicas y lingüísticas.

Representaciones: Son las que organizan, dan sentido, valor y significado a los datos de referencia que proporciona el producto comunicativo en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación y que a decir de Serrano (1991: 168) pueden ser para la acción, para la cognición, para la intención, o sea en general juicios de valor. Ellas guían el trabajo expresivo de quien emite y el trabajo perceptivo de quien recibe, durante el acto de intercambio de información, haciendo el acto efectivo o no.

Objetos de referencia: Son las ideas, valores, emociones, sentimientos, aspiraciones, categorías, relaciones, objetos, personas, grupos, instituciones sobre los cuales se comunica. Aquí cabría precisar que pueden ser profesionales, de convivencia e identidad.

Como bien plantea el enfoque sistémico, se trata de que cada uno de estos componentes sea visto en estrecha concatenación y relación estructurante entre sí y no de manera fragmentada y lineal como usualmente ha sucedido. No es menos cierto que cada uno genera sus propias agendas, por ejemplo²⁷:

²⁷ Para nada constituye una propuesta única y cerrada.

Componente del sistema	Agenda investigativa
Actores	<ul style="list-style-type: none"> - La centralización y racionalidad de los procesos decisionales en la organización. - La delegación de autoridad gerencial y comunicativa. - Las racionalidades comunicativas entre los actores colectivos internos. - Las relaciones comunicativas de género.
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> - El uso racional de los medios según los fines. - El espacio y los actores, pero desde una óptica participativa, que los haga más útiles y eficaces.
Expresiones	<ul style="list-style-type: none"> - El uso y disposición de los artefactos simbólicos, tanto físicos como discursivos. - Las narrativas que circulan en las organizaciones. - Los mitos. - Las leyendas. - Los enfoques discursivos según el fin del acto comunicativo.
Representaciones	<ul style="list-style-type: none"> - La estructura que adoptan los distintos esquemas de significación. - La unidad de las representaciones. - Las posibilidades expresivas. - Las restricciones a la crítica.
Objetos de Referencia	<ul style="list-style-type: none"> - El balance que existe entre los objetos de referencia, tanto por su carácter como por su contenido. - Matices. - La atribución de significado que le dan los actores según sus roles.

Pero, y aunque haya constituido una práctica sancionada por años de ejercicio investigativo, no tiene sentido estudiarlas por separado, sino en su carácter procesual y multicondicionado. Aquí sería de gran ayuda la propuesta de las mediaciones múltiples de Orozco (1991) en aras de identificar las mediaciones individuales o cognitivas, las institucionales, mediáticas, situacionales y referenciales (referentes culturales, edad, el género, la etnia, la raza o la clase social, entre otras) que articulan ese proceso comunicativo que funciona como sistema y también la propuesta de Martín-Barbero (1984) en torno a mirar el proceso comunicativo completo desde

los marcos culturales desde los cuales se realiza el mismo y que permiten la producción/apropiación de las expresiones (mensajes).

Independientemente a que el sistema comunicativo y sus componentes pueden operar de manera espontánea, dado el caso de que no exista noción de la importancia de su adecuado manejo²⁸, por regla general las organizaciones han ido ganado conciencia de ello y como regla tratan de gestionarlo mediante concepciones, estructuras y técnicas disímiles. Lo cierto es que debe disponer de un dispositivo que organice, ordene, coordine y haga eficientes los procesos de comunicación, posibilitando así a la institución el realizar sus propósitos (Muriel y Rota, 1982: 47). Dicha **coordinación**, se hace casi siempre con la presencia de especialistas en la producción comunicativa (comunicadores sociales: periodistas, relacionistas públicos, publicistas, diseñadores de comunicación visual) y puede adoptar diferentes formatos²⁹, funciones³⁰ y espacios para la acción³¹. Independientemente de ello debe también constituir objeto de reflexión mediante investigación, pero según este enfoque tendría que hacerse no en torno a su eficacia, sino desde su papel articulador de la representación del universo simbólico de la organización y sus actores con los aconteceres a tenor de los que hay que ofrecer información. Igualmente habría que hacerlo desde una suerte de vinculación entre el saber profesional sobre comunicación y el saber del otro, donde la participación de los actores cuyo rol es la recepción resulta muy importante pues aporta sus opiniones, valores, confusiones e incertidumbres, en fin sus pautas expresivas y representativas.

4. COMO SUBSISTEMA

La particularidad del sistema de comunicación reside en que se considera un sistema abierto, en cuyo comportamiento, las posiciones que ocupan y las funciones que desempeñan sus componentes no dependen exclusivamente de cuáles sean los procesos posibles del sistema, sino que

²⁸ Lo que en nuestro país resulta aún común para un conjunto de organizaciones.

²⁹ Interno: Departamento o grupo solo para la gestión de Comunicación. Área dentro de un Departamento con otras funciones. Externo: Agencia que hace o coordina los servicios de comunicación.

³⁰ Producir, difundir, controlar y evaluar la comunicación que se hace de manera independiente o todas en su conjunto.

³¹ Interno y externo.

también dependen de los procesos probables de los otros sistemas, exteriores al Sistema Comunicativo y con los cuales este último comparte sus componentes.

En el plano de concreción que ofrece el proceso de comunicación que nos ocupa, o sea, la organización, operan dos concepciones de sistema. Una, que siempre ha quedado abierta a las influencias de un sistema psicológico (Ecológico) y un sistema sociológico (Social), que si bien tienen una estrecha relación -y autores como Serrano y Piñuel (1989) han logrado identificar y caracterizar-, están mediando y son mediados por el proceso mismo de la comunicación. Otra, que alude más al aspecto estructural/funcional del fenómeno, que ofrecen entre otros, Muriel y Rota (1982).

Es en la condición de subsistema en la que se hace más visible su carácter mediador y mediado, corriendo el riesgo de quedar diluida en la gama de variables que operan en los estudios organizacionales o ser concebida de una manera tradicional que no expresa muchas veces la esencia del proceso y donde se hace necesario destacar algunos presupuestos que indiquen su especificidad. Es desde la noción de mediación como concepto amplio, a decir de Cristina Baccin que se establece la incorporación (desde el diagnóstico comunicacional) de rutinas, organización espacial, colores, construcción de identidad desde la práctica y no solo desde el discurso oficial (que dice, que oculta) (2001: 8).

Por ello se considera que mirar el **proceso comunicativo mediado** por la institucionalidad, la socialidad, la ritualidad y tecnicidad (propuestas por Barbero, 1984) implica, además de reconocer las múltiples determinaciones que lo configuran, independientemente del espacio de concreción en que se da, la incorporación de nuevas y necesarias agendas de estudio que enfocadas desde la perspectiva crítica que se suscribe permitiría no solo el conocimiento de su modo de expresión, sino y también un re-conocimiento y transformación, desde los actores mismos.

A través de la **institucionalidad** se podrían observar los intereses y poderes que afectan el discurso de los actores según sus roles comunicativos y ejecutivos dentro de la organización, así como las expresiones de la dicotomía hegemonía/contra hegemonía que se dan entre ellos y cómo todo eso repercute en el desempeño de la organización como un todo. Aquí cabe el análisis de la función reproductora que desempeña el sistema institucional (SS) sobre el sistema comunicativo (SC) que en los planos organi-

zacionales determinan una **mediación cognitiva**³² y una **mediación estructural**³³ (Piñuel, 1997: 89). La primera en torno a los contenidos que se socializan para el espacio organizacional según el sentido y fines de las formas comunicativas que para el ámbito tanto interno como externo se conciben y su capacidad para integrar en la concepción que sobre el entorno y el acontecer institucional poseen los individuos con la identidad o modelo institucional, así como la forma de incorporar otras agendas del diario acontecer. La segunda sobre la forma de decir ya pautada por los manuales corporativos y los profesionales que realizan la comunicación, los cuales organiza jerárquicamente la recogida, elaboración y distribución de la información, pautando así los actos comunicativos, lo cual termina por establecer esquemas y rutinas determinantes y estructurantes que van desde las frecuencias de realización y hasta las formas de expresión.

Con la **socialidad** la aproximación sería a la trama de relaciones que tejen los actores de la organización (formalizados o no) y el uso que hacen en ellas de la comunicación, fines que le otorgan y formas en que lo hacen.

La **ritualidad** remite a los condicionamientos que dan al proceso comunicativo las rutinas del hacer en las organizaciones, los ritmos que las mismas siguen, los espacios donde se articulan los intercambios y las atribuciones simbólicas que a todo ello se concede.

Por su parte la **tecnicidad** fija tanto el uso de los instrumentos para la comunicación, como las capacidades expresivas (informativas, estéticas, interactivas) del discurso y las representaciones que generan.

Así mismo se pueden estudiar las condiciones macro (económicas, políticas y culturales), temporales y coyunturales (Sánchez, 1991) que también estructuran el sistema comunicativo organizacional en sus diferentes configuraciones.

³² Opera sobre los relatos y argumentos (o secuencialidad de las referencias) en los productos profesionales de comunicación, ofreciendo a los destinatarios modelos de representación del mundo, del entorno humano o del acontecer concreto que resulten fácilmente integrables en los “paisajes mentales” previamente compartidos culturalmente (Piñuel, 1997: 90).

³³ Consiste en asociar normas (roles y status del trabajo comunicativo desempeñado por los profesionales y trabajadores) y valores de producción (lo permitido/lo no permitido, lo bueno/lo malo) a la exploración del acontecer del que hay que informar y a la elaboración y presentación de la información ofertada a los consumidores (Piñuel, 1997: 89).

Tomando como punto de partida que la **mediación comunicativa** se ejerce siempre en la medida que el **intercambio de mensajes**³⁴ facilita alguna modificación en las predisposiciones sociales de los interlocutores al activar sus motivaciones; se ajuste a las condiciones perceptivas y cognitivas de los interlocutores y se ubica en una situación delimitada por ajustes entre procesos de producción social y procesos de adaptación humana al entorno (Piñuel, 1997: 87) sería oportuno incorporar miradas sobre el proceso de producción, transmisión y recepción de los significados institucionales y los procedimientos de control y legitimación que los está previendo; la relación que existe entre los esquemas de representaciones y los sistemas de gestión que operan en la organización; entre la reflexividad discursiva y la acción práctica, entre la imagen e identidad construidas y percibidas por los diferentes actores.

En el marco de esta propuesta consideramos oportuno apuntar, además, la necesidad para nuestro contexto nacional de diversificar los espacios de concreción, que por sus objetivos y funciones determinan el espesor de su carácter institucional y ello también reconfigura la mirada de su estudio. Mientras más organizaciones/instituciones se abran al estudio del proceso de comunicación, bien como sistema, bien subsistema, más espacios se abren a la participación y con ello a la posibilidad de que sus actores practiquen la democracia y mejoren sus condiciones de convivencia espiritual y material, lo que haría posible el viejo y utópico sueño de lograr con una comunicación eficaz³⁵ el desarrollo humano y social que desde los años ochenta se maneja en una exigua, pero avanzada literatura. A la vez sugerir la necesidad de que sean vistas como entidades específicas en las que se revelan fenómenos que pueden ser comunes a otras, pero que siempre van a tener su propia y particular manera de manifestación, ante las cuales no cabe la estandarización de metodologías, métodos, técnicas e instrumentos.

³⁴ Proceso mediador.

³⁵ No igual a persuasiva con lo que este paradigma implica en sentido de manipulación.

5. A MANERA DE CONCLUSIÓN

Como todo enfoque teórico, los que aquí destacamos ofrecen una visión sobre un determinado fenómeno, en este caso el proceso comunicativo y sus múltiples determinaciones como proceso de socialización.

Si bien es cierto que la mayor aplicación y sistematización la han realizado sobre la comunicación masiva, en el presente artículo se trata de fundamentar sus potencialidades para la explicación y comprensión del mismo en los espacios organizacionales/ institucionales.

Así, se considera que ambas contribuirían notablemente a incrementar y enriquecer el conocimiento que sobre este proceso hoy se atesora toda vez que se les considera con capacidad descriptiva, explicativa y heurística y con consistencia lógica. A la vez que enriquecerían considerablemente sus presupuestos con nuevas experiencias y evidencias empíricas, lo que las ayudaría en su nivel de generalidad y perspectiva.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, Margarita y SALADRIGAS, Hilda (2002): "Notas en torno a la comunicación en los nuevos escenarios", *Revista Espacio*, n° 7, La Habana (Cuba), enero-abril, pp. 37-39.

ANDRADE SCROFERNEKER, Cleusa Maria (2003): "Perspectivas Teóricas da Comunicação organizacional", *Boletín Temático ALAIC*, n° 11, junio, <http://www.eca.usp.br/alaic> (acceso junio de 2003).

ARENAS BAUTISTA, Patricia y GONZÁLEZ MORALES, Julio César (1998): *El desarrollo de la Psicología Organizacional en Cuba*. La Habana: Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS).

ÁVILA GONZÁLEZ, Rafael (2004): *Crítica de la comunicación organizacional*. México, D.F.: UNAM.

BACCIN, Cristina (2003): "Comunicación institucional en Argentina: organizaciones gravitantes y opciones para el campo de conocimiento", *Boletín Temático ALAIC*, n° 11, junio, <http://www.eca.usp.br/alaic> (acceso junio de 2003).

BARTOLI, Annie (1992): *Comunicación y Organización*. Barcelona: Paidós.

CASARES, Pablo (1991): "Universidad y Comunicación Organizacional", en *Memorias del I Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional*. Cali: Printex, pp. 75-81.

COLECTIVO DE AUTORES (1986): *Metodología del conocimiento científico*. La Habana: Pueblo y Educación (2ª reimpresión).

CORMAN, Steven and SCOUT POOLE, Marshall (eds.) (2000): *Perspectives on Organizational Communication. Finding Common Ground*. New York: The Guilford Press.

DEL PILAR NIÑO, Teresa (1993): "Desde donde vamos a entender la comunicación organizacional", en *Memorias del II Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional*. Canti: Printex, pp. 23-38.

FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos (1997): *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.

GÁMEZ, Nora (2005): *La mediación como objeto de estudio de la comunicación: crítica y perspectiva*. Tesis en opción al grado de master en Ciencias de la Comunicación. La Habana: Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

GOLDHABER, Gerald M. (2000): *Comunicación Organizacional*. La Habana: Editorial Pablo.

HABERMAS, Jürgen (1989): *Conocimiento e interés*. Madrid: Taurus.

JABLIN F., PUTNAM, M. and LINDA, L. (2001): *Handbook of Organizational Communication. An Interdisciplinary Perspective*. California: Sage.

KATZ, Daniel y KAHN, Robert L. (1986): *Psicología de las organizaciones*. México: Trillas (5ª reimpresión).

KAPLÚN, Gabriel (2000): "Comunicación organizacional: La importancia de los bordes y las ventajas de agacharse", *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº 20, Quito: Ediciones CIESPAL / Editorial Quipus.

KREPS, Gary L. (1990): *Organizational Communication. Theory and Practice*. New York: Longman.

KROHLING KUNSCH, Margarida (1986): *Planejamento de Relacoes Públicas na Comunicacao Integrada*. Sao Paulo: Summus.

KROHLING KUNSCH, Margarida (2003): “Campos de estudios emergentes em comunicação nas novas cidadanias”, *XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS*, San Juan de Puerto Rico: FELAFACS.

LUMBRERAS CASTRO, Jorge (2001): *Posturas de conocimiento de la comunicación. Material de Estudio*. México: UNAM (Ciencias de la Comunicación).

MARTÍN SERRANO, Manuel (1978): *La mediación social*. Madrid: Akal.

MARTÍN SERRANO, Manuel y otros (1982): *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Alberto Corazón.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1990): “La epistemología de la comunicación a los 40 años de su nacimiento”, *Telos*, n° 22, pp. 65-75.

MARTÍN SERRANO, Manuel (2004): *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: G. Gili.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1990): “Comunicación, campo cultural y proyecto mediador”, *Revista Diá-logos de la Comunicación*, n° 26 (versión digital).

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1998): *Pistas para entrever medios y mediaciones*. Prefacio a la quinta edición de *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: G. Gili.

MÉNDEZ, J.S. *et al.* (2001): *Sociología de las Organizaciones*. México, D.F.: McGraw-Hill.

MINTZBERG, Henry (1984): *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona: Ariel.

MORGAN, Gareth (1998): *Imágenes de la Organización*. México: Alfaomega.

MORIN, Edgar (2000): *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.

MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda (1982): *Comunicación institucional: Enfoque social de relaciones humanas*. Quito: Editora Andina y CIESPAL.

NOSNIK OSTROWIAK, Abraham (1995): *Linealidad, dinamismo y productividad. Tres concepciones de la comunicación humana y social*. Trabajo presentado en la Universidad del Tepeyac, a invitación del Centro de Investigación de dicha institución académica el 10 de octubre de 1995. Versión digital enviada por el autor.

OROZCO, Guillermo (1997): *La investigación de la Comunicación dentro y fuera América Latina. Tendencias, Perspectivas y Desafíos del Estudio de los Medios*. Buenos Aires: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

OROZCO, Guillermo (2003): “Comunicación y prácticas sociales. Las prácticas en el contexto comunicativo”, *Revista Chasqui*, n° 62, septiembre, www.ciespal.net

PÉREZ GARCÍA, Antonio (1998): “De identidades y Organizaciones”, *Revista Prisma*, n° 10.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis (1989): *La expresión. Una introducción a la Filosofía de la Comunicación*. Madrid: Visor Libros.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis (1995): *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis

PIÑUEL RAIGADA, José Luis (1996): “Medios y mediaciones en la comunicación empresarial. Fundamentos para una estrategia de las organizaciones”, *Telos*, n° 46, junio-agosto, pp. 85- 99.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis (1997): *Teoría de la Comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis (1998): *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.

POURTOIS, P. y DESMET, H. (1992): *Epistemología e investigación en ciencias humanas*. Barcelona: Herdes.

ROBBINS, Stephen P.: *Comportamiento organizacional*. San Diego: Pearson Educación (8ª ed.).

RODRIGO ALSINA, Miquel (2001): *Teorías de la Comunicación Social. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Aldea Global.

RODRÍGUEZ MANSILLA, Darío (1998): *Diagnóstico organizacional*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile (3ª ed.).

SALADRIGAS MEDINA, Hilda (2005): "Comunicación Organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos", *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 60, julio-diciembre de 2005, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/#arti> y en el sitio argentino www.comunicar.info

SALADRIGAS MEDINA, Hilda (2005): "La investigación de la comunicación organizacional. Una mirada cronológica e itinerante a los escenarios internacionales", *Revista Universidad*, n° 261-262, primer y segundo semestre, pp. 82- 106.

SALADRIGAS MEDINA, Hilda (2006): *La investigación de la Comunicación Organizacional. Una mirada al ser y el deber ser*. México: UNIVO-Universidad de Valle de Orizaba.

SERRANO, Rafael (1996): "La Teoría de la Mediación Social. El caso de Teléfonos de México", *Razón y Palabra*, n° 1, enero-febrero. Versión electrónica.

SERRANO, Rafael *et al.* (2001): *La Organización Habitable*. México: Fecha Publicidad.

TRELLES, Irene (2000): "Comunicación organizacional: la importancia de su aplicación en Cuba", *Revista Espacio*, n° 3, pp. 25- 28, La Habana.

TRELLES, Irene e SALADRIGAS, Hilda (2003): "El corporate y la publicidad en Cuba: una experiencia singular. El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica". *Informe anual*, pp. 159-170.

VALLE, Mónica (2003): "La Comunicación Organizacional de cara al siglo XXI". *Razón y Palabra*, n° 32, abril-mayo, <http://www.razonypalabra.org>

VAN RIEL, Cees B.M. (1997): *Comunicación Corporativa*. Madrid: Prentice Hall.

VARONA MADRID, Federico (1994): "Las auditorias de Comunicación Organizacional desde una perspectiva académica estadounidense", *Revista Diálogos*, n° 39, junio, <http://www.dialogos.org>

ZALBA, Estela María y BUSTOS, Jorgelina A. (2001): "Problemas y desafíos de la formación académico- profesional ante la diversidad de los actuales escenarios de la comunicación social", *Revista Diálogos*, n° 62, julio, pp. 34- 41.

ZEMELMAN, Hugo (1992a): *Los horizontes de la razón. Parte I. Dialéctica y apropiación del presente*. México: Anthropos, Editorial del Hombre.

ZEMELMAN, Hugo (1992b): *Los horizontes de la razón. Parte II. Historia y necesidad de utopía*. México: Anthropos, Editorial del Hombre.

PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

SALADRIGAS MEDINA, Hilda (2007): “La Teoría de los Sistemas y de las Mediaciones. Enfoques posibles para los estudios de la comunicación organizacional en Cuba”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, segundo semestre de 2007, pp. 327-353. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid.

Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars>

(*) La autora

Hilda Saladrigas Medina es licenciada en Filosofía Marxista Leninista en 1988, Diplomada en Investigaciones Sociales en 1998, Master en Ciencias de la Comunicación Social en el 2002, Doctora en Ciencias de la Comunicación Social en el 2005 e Investigadora de Medios de Comunicación y Opinión Pública (1988- 1995). Se desempeña como Vicedecana Docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, donde además es profesora Auxiliar del Departamento de Comunicación Social y miembro de las Comisiones Nacionales de las Carreras de Periodismo y Comunicación Social. Es la presidenta del Comité Académico de la Maestría en Ciencias de la Comunicación que se imparte en Cuba y tres universidades mexicanas, donde también forma parte del claustro. Miembro del Comité Académico del Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social forma parte del Tribunal Permanente de Grados Científicos en Comunicación Social. Ha sido invitada como profesora a impartir cursos de investigación en las Maestrías de Comunicación Política y Organizacional de la Universidad del Valle de Orizaba, Veracruz, México (2002 y 2006) y de la Maestría en Relaciones Públicas de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, República Dominicana (2006). Es además profesora adjunta del Centro de Estudios de la Radio y la Televisión, el Centro de Entrenamiento para el Desarrollo de la Comunicación de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales y del Centro Nacional de Superación para la Cultura en Cuba. Ha participado en diversos eventos nacionales e internacionales. Ha

publicado alrededor de 30 artículos en revistas nacionales e internacionales, es coautora de ocho libros relacionados con la investigación en comunicación y autora de uno. Tiene en su haber Premios Nacionales e Internacionales por su labor investigativa y ha obtenido importantes reconocimientos institucionales por su quehacer docente. Es miembro de la presidencia del Círculo de Investigadores de la Comunicación y el Marketing de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS) y del Consejo de Comunicación de dicha organización.

Correo electrónico: saladrigas@infomed.sld.cu.