

La comunicación organizacional. El caso de una universidad del Sureste de México.

Resumen

La comunicación es una particularidad en las potencialidades humanas, siendo una actividad de lo más sencilla, cotidiana y común e invita a reflexionar en cómo, dónde, cuándo, y porqué se produce, llegando a ser indispensable que se desarrollen todo tipo de funciones que realizan las personas en las organizaciones. Este trabajo presenta el valor de la comunicación organizacional en los profesores de una universidad. El objetivo de la investigación es determinar la perspectiva sobre la comunicación organizacional entre los profesores con perfil acreditado por Secretaría de Educación Pública a nivel superior, hacia las instancias administrativas debido a que estos desarrollan un multiplicidad de funciones, aparte de la docencia que requieren una comunicación constante con las autoridades administrativas para realizar un correcto desempeño de sus labores. La investigación fue de corte cuantitativo con un diseño no experimental descriptivo, a través de la aplicación de un cuestionario. El principal resultado es que existe una moderada comunicación de los profesores hacia los administrativos y se concluye que hay que reforzar los canales oficiales de comunicación.

Palabras clave: comunicación organizacional, profesores, organizaciones.

Introducción

La comunicación se origina, de forma natural, en cualquier organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño, convirtiéndose en el proceso social más importante, ya que sin este, el hombre se encontraría aún en el primer eslabón de su desarrollo y no existiría la sociedad ni la cultura. La comunicación organizacional abarca una gran diversidad de modalidades: interna y externa; vertical, horizontal y diagonal; interpersonal, intragrupal, intergrupala e institucional; directa de cara a cara y a través de canales diversos, escritos, audiovisuales y electrónicos (Guzmán, 2012).

En todas las universidades es importante que los profesores participen en la convocatoria que promueve la Secretaría de Educación Pública [SEP] (2015) titulada Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) cuyo objetivo es

profesionalizar a los profesores de tiempo completo para que alcancen un perfil deseable con las capacidades de investigación, docencia, desarrollo tecnológico e innovación y, con responsabilidad social, y que de igual forma se articulen y consoliden en cuerpos académicos y con ello se generen nuevas comunidades académicas capaces de transformar su entorno y sustentar la formación de profesionales de buena calidad, responsables y competitivos.

Objetivo

Determinar la perspectiva sobre la comunicación organizacional entre los profesores con perfil acreditado por el PRODEP, hacia las instancias administrativas. Lo anterior obedece a que este grupo de profesores son los que desarrollan una multiplicidad de funciones, aparte de la docencia que requieren una comunicación constante con las autoridades administrativas para realizar un correcto desempeño de sus labores.

Revisión de literatura

De acuerdo con Fiske (1982) la comunicación es una interacción social por medio de mensaje, mientras que Pasquali (1978) comenta que la comunicación aparece en el momento mismo en que la estructura social comienza a formarse, así como su esencial ingrediente estructural, y que donde no existe comunicación no puede formarse ninguna estructura social. Fernández (1999) interpreta que para que exista comunicación es necesario un procedimiento compartido de símbolos referentes, lo que implica un intercambio de símbolos comunes entre las diferentes personas que intervienen en el proceso comunicativo, teniendo un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos.

La comunicación organizacional y su relación con los procesos de desarrollo, capacitación e investigación en México constituyen procesos de desarrollo, capacitación e investigación orientados a mejorar integralmente la comunicación en las organizaciones

trabajos propensos a desarrollar la organización en su conjunto a través de empresas prototipo llevados a cabo por algunas universidades, el desarrollo, formación y capacitación de profesionistas sobre la comunicación escrita y visual en las organizaciones media y calidad total por parte de algunas empresas consultoras (León, 2002).

Brönstrup, Godoi, y Ribeiro (2007) aseveran que la comunicación tiene lugar en los contextos discursivos y socioculturales cuando se busca la utilización apropiada del lenguaje. Observan que la dimensión de la comunicación organizacional demanda conocimientos y habilidades en relación con los anhelos y con las expectativas de los públicos y realizar un perfil de los públicos a priori es esencial para aplicar y adaptar los discursos organizacionales, incluso en situaciones de interacción intercultural, se pueden dar equivocaciones en las interpretaciones discursivas al no compartirse intereses, creencias y valores culturales entre los interlocutores, de igual manera existen limitaciones psicológicas y diferencias de los conocimientos de los interlocutores que también pueden implicar adecuaciones o pertinencias. Para atender un propósito, se debe considerar los objetivos e intencionalidades que promuevan el diálogo y los intercambios comunicativos dentro del contexto organizacional y realizar las siguientes preguntas ¿hasta qué punto el lenguaje empleado en las organizaciones es auténtico o cambia intereses unilaterales y excusas? ¿Los resultados concretos en relación con las conciencias involucradas en el proceso de comunicación organizacional son obtenidos por la interacción continua, participativa y motivadora con sus interlocutores, o sea, los públicos?

Las organizaciones, instituciones y empresas crean productos comunicacionales para su utilización de manera tanto interna como externa. Los públicos a los cuales van dirigidos, definen sus usos e impactos y este tipo de abordar a la comunicación, no rinde muchas veces, los frutos originales que se plantean y la comunicación se diseña como una herramienta estratégica que forma parte de las instancias mismas, convirtiéndose en un eje conductor de la

información para generar valor en las funciones de cada área y la productividad. En este contexto y tomando en cuenta las tendencias de administración y del capital humano, se plantea la necesidad en primer término de transmitir el núcleo ideológico a toda la institución para permear el trabajo cotidiano, la herramienta que transmite esta información es la Comunicación generando conocimientos a través de la sistematización de los procesos (Méndez, 2007).

Intrínsecamente en una organización los elementos culturales a partir de los cuales se construye la identidad pueden ser creados para algún propósito, o desarrollados por sus miembros. Esto requiere de un proceso donde se edifican áreas de consenso en cuanto a significados a través de la comunicación verbal y la interacción (Urbiola, y Vázquez, 2010 citando a Bormann, 1983, y Pepper, 1995). De esta forma es factible la construcción de una realidad social común, a través de la comunicación, que puede tomar un carácter particular cuando forma parte del ceremonial en la organización. El entorno cultural o materia prima a partir de la cual puede desarrollarse una identidad particular puede ser el resultado de un esfuerzo al interior de la organización.

En este tiempo que vivimos de acuerdo con Castro (2007) la comunicación como una capacidad humana tiene cuatro campos esenciales de análisis. El primero es el interpersonal y los demás son fruto de nuestras obras e inventos, como son: los medios de comunicación clásicos, las telecomunicaciones y las tecnologías de la información y, por último, la comunicación en el seno de las organizaciones, una perspectiva estudiada por la disciplina conocida como Comunicación Corporativa, la cual puede verse desde el punto de vista de cualquier tipo de organización.

La comunicación es una forma de coordinación, inherente a todo proceso de interacción humano, ya que el solo hecho de ponernos de acuerdo en cómo tratar que distintas

personas lleven a cabo objetivos compartidos, es esencial al inicio del trabajo en equipo. El auge de la comunicación en las organizaciones como parte del éxito empresarial es innegable. Poco a poco, los directores y gerentes se han percatado de que el buen funcionamiento y logro de los objetivos de su compañía, sea cual sea su rubro, se inicia no solo en la calidad de su producto o servicio, sino también en lo bien encauzados que estén sus planteamientos iniciales, así como la adecuada estructura de sus redes de comunicación (Cienfuegos, 2014).

Todas las organizaciones deben de contar con un sistema de comunicación como en el desarrollo de sus procesos, para que la forma en que la información sea emanada desde la parte más alta y llegue sin ningún tipo de distorsión hacia todos los niveles en el mismo instante en que es transmitida, ya que de no ser así, se tiene que revisar el sistema de comunicación en todas sus instancias para verificar su buen funcionamiento, por lo cual una comunicación organizacional bien definida y confiable, es un instrumento de alta relevancia para el fortalecimiento de los equipos de trabajo, en organizaciones inteligentes (Altuve y Chávez, 2015).

Para Méndez (2007), generar conocimiento es alentar el desarrollo de conocimientos y las habilidades dentro del sistema organizacional; un plan de comunicación debe incluir acciones para elevar las capacidades de los empleados ya que no son suficientes las acciones informativas, sino que es indispensable que toda la organización aprenda y genere nuevos conceptos como un equipo a partir de la información que recibe, incluido el conocimiento y destrezas en comunicación. Todos los equipos de trabajo deben generar conocimiento, cada miembro calcula y planea las actividades de su puesto con respecto a los objetivos estratégicos, de ese modo se ahorran recursos y se satisfacen las demandas de sus clientes, mientras que la organización genera datos nuevos a partir de la información de que dispone, con lo que se logra una gestión del conocimiento.

Concebir a las organizaciones como sistemas implica una interdependencia entre sus elementos y al ser la comunicación el factor que integra sus componentes, es esencial para su desarrollo pues a través de ella, se definen, establecen, comparten y retroalimentan la misión, visión, valores, programas, planes y proyectos; estrategias, objetivos, políticas, normas, reglas, actividades y resultados, entre otros. Al comunicarse los empleados se relacionan las funciones administrativas llevando a cabo actividades como es selección de personal, la función de liderazgo depende también de una buena comunicación, porque a través de ella se incentiva al personal para el logro de los objetivos, se crea un ambiente armónico y, cuando es necesario, se plantean los cambios que requieren las organizaciones (Arras, Jáquez, y Fierro, 2008).

El talento humano proporciona vida al sistema laboral, participando activamente en las decisiones estratégicas que orientan el logro de objetivos y metas propuestas y debido a eso, el hombre es el factor determinante dentro de la gestión empresarial, constituyendo el eje central de su dinamismo e innovación, creando un valor significativo en cuanto a la concepción e interpretación, de un aprendizaje organizacional y gestión del conocimiento en función de comprender, interpretar, aprender, transformar al nivel de las complejidades de las actividades dentro de la institución, lo cual se origina en la comunicación organizacional (Altuve y Chávez, 2015).

Cuando se transmite la información, lo más interesante no es el significado del mensaje, sino que este llegue claramente al destino deseado para que el receptor reaccione de acuerdo al estímulo recibido. De esta manera el valor semántico del contenido pierde relevancia, supeditándose a otros múltiples factores como por ejemplo: el modo en el que se emite, la persona que lo emite, las circunstancias que rodean al acto de emisión-recepción, etc. Así se intenta simplificar el ejercicio comunicativo, debido a que si no se halla ningún sentido dentro del mensaje, no es necesario que alguien lo interprete de modo activo y para

desarrollar nexos comunicativos se requiere, por un lado, teniendo una interacción de todos los participantes para hallar el significado del mensaje, y por otro lado, la comunicación también posee un cualidad instructiva y transformadora pues cuando se recibe un mensaje se adecúa por medio la estructura racional, sensitiva-emotiva particular, de modo que se despliegan herramientas interpretativas; de interacción y reacción (Chillida, 2007).

La comunicación organizacional plantea el valor del proceso cuando se expresa que es una red formada entre los elementos de una organización y que brinda su característica esencial: la de ser un sistema. Por lo que se puede decir que la comunicación es el eslabón que integra y da sentido a las partes del sistema; de manera que la unidad, armonía y secuencia de las actividades organizadas en un sistema se logran gracias a la comunicación (Queris-Rojas, Almirall-CabreraII, Capote-GarcíaI, y Alfonso-Robaina, 2012)

Metodología

La investigación fue de corte cuantitativo y el diseño de acuerdo con la definición de Kerlinger (2002) fue no experimental descriptivo, ya que no se pretendió modificar las variables de estudio.

Con respecto a la población bajo estudio estuvo constituida por 44 profesores de tiempo completo que estaban acreditados por el perfil PRODEP (UJAT, 2014). Se trató de realizar un censo pero se tuvo una pérdida de datos del 21%. De los cuales se aprecia una pequeña mayoría de varones. Con respecto a la antigüedad, en la tabla 1, se presentan los rangos definidos para la población por género, en donde se observa un mayor porcentaje en el rango de 18 a 25 años laborando en la institución.

Tabla 1.- Distribución poblacional por rango años laborados en la institución y género.

Rango de Antigüedad	Hombre		Mujer		TOTAL	
	Fr	%	Fr	%		
2 a 9	6	26%	3	14%	9	20%
10 a 17	5	22%	9	43%	14	32%
18 a 25	5	22%	8	38%	13	30%
26 a 33	6	26%	1	5%	7	16%
34 a 41	1	4%	0	0%	1	2%
TOTAL	23	52%	21	48%	44	100%

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se observa que el 52% de la muestra está conformada por hombres, mientras que el 48% por mujeres.

En tabla 2 los grupos se distribuyeron de acuerdo a la edad y al género de la siguiente manera:

Tabla 2.- Distribución poblacional por rango de edad y género.

Rango de Edad	Hombre		Mujer		TOTAL	
	Fr	%	Fr	%		
2 a 9	6	26%	3	14%	9	20%
10 a 17	5	22%	9	43%	14	32%
18 a 25	5	22%	8	38%	13	30%
26 a 33	6	26%	1	5%	7	16%
34 a 41	1	4%	0	0%	1	2%
TOTAL	23	52%	21	48%	44	100%

Fuente: Elaboración propia

El cuestionario está conformado por 19 reactivos de escala y dos de frecuencia, adicionalmente se incluyeron reactivos socios demográficos tales como: género, edad, antigüedad y el estado civil. La escala fue de tipo Likert con cinco opciones de respuesta: 1= totalmente en desacuerdo; 2= en desacuerdo; 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= de acuerdo y 5= totalmente de acuerdo. El cuestionario empleado fue la versión validado por los autores del instrumento de Penley y Hawkins (1985) recuperado del artículo “Handbook of organizational measurement” del autor James L. Price (1997), el cual se consideró más apropiado por la clasificación y división de los ítems al momento de la recolección de datos para evaluar comunicación organizacional y se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach para

determinar la confiabilidad del mismo, el cual reporto un valor de 0.967, el cual se considera aceptable (Milton, 2010).

Para el análisis estadístico de resultados se empleó el programa estadístico Statistic Package for Social Science SPSS Versión 21.0 para Windows. Se realizó un análisis de estadística descriptiva y de frecuencias con la finalidad de describir el fenómeno bajo estudio en cada una de las dimensiones en general. Con el análisis de fiabilidad se determinó el nivel de confiabilidad del cuestionario, posteriormente con un análisis de variabilidad ANOVA se determinó las diferencias presentes entre cada grupo poblacional por variable demográfica.

Resultados

Tabla 3. Distribución de las medias

Tipo de comunicación	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Comunicación por tareas	44	4	20	15.95	3.976
Comunicación de desempeño	44	3	15	11.66	3.220
Comunicación de trayectoria	44	7	25	19.16	4.764
Comunicación de receptividad o grado de reacción	44	7	20	17.16	3.576
Comunicación Personal	44	3	15	10.55	3.855

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla muestra que de acuerdo a su escala, la media más baja es la comunicación personal y la más alta, la comunicación de receptividad o grado de reacción. Es importante destacar que la comunicación de trayectoria presenta la mayor dispersión de datos seguida de la comunicación personal de acuerdo a lo que se reporta en la desviación estándar.

De manera general la distribución de frecuencias de la variable comunicación organizacional presenta un valor mínimo de 26 y un máximo de 80, con una media de 63.93, desviación estándar de 13.87, curtosis de .900 y asimetría de -1.187. En la tabla 4 se presenta la distribución por cuartiles.

Tabla 4. Distribución por cuartiles

Categorías de Análisis	Percentil	Valores	%
Muy bajo	25	Valores \leq 60	27.3
Bajo	50	61 < 66	22.7
Moderado	75	67 < 75	25
alto	100	Valores \leq 76	25

Fuente: Elaboración propia

Se reporta en la tabla 4 que la mitad de la población está por debajo de la media poblacional y existe un porcentaje ligeramente mayor en el primer cuartil. Esto apunta a una deficiente comunicación de los profesores hacia las autoridades administrativas en un 27.3% de la población bajo estudio.

Con relación a los reactivos de frecuencia, los profesores reportan en la tabla 5 que la comunicación verbal es la más empleada para la comunicación, y la informal la que menos se refleja.

Tabla 5. Medios de comunicación empleados

Tipos de comunicación empleados en la organización	Porcentaje
Comunicación escrita formal (memorándums, oficios, incidencias, e-mails)	61.40%
Comunicación escrita informal (post-it, recordatorios)	45.5%
Comunicación escrita verbal (dictados, instrucciones, llamadas Telefónicas)	63.60%
Comunicación Informal (rumores, pláticas de pasillo)	29.50%

Fuente: Elaboración propia

Con relación a las barreras que se dan en la comunicación dentro de la organización se refiere a que los medios de comunicación son deficientes y a la falta de información vital como se presenta en la tabla 6.

Tabla 6. Barreras en la comunicación

Barreras en la comunicación	Porcentaje
Física (medios de comunicación deficientes)	31.8%
Omisión de testimonios (falta de información vital)	31.8%
Preparación (forma en que se transmite el mensaje)	29.5%
Programas, planes y objetivos sin bases	29.5%
Aumentar distancias (el mensaje no se transmite de forma cercana)	27.3%
Falta de sinceridad	20.5%
Complejidad del mensaje	20.5%
Aumentar los niveles jerárquicos (demasiados jefes a quienes reportar)	20.5%
Complejidad del mensaje	20.5%
Aumentar los niveles jerárquicos (demasiados jefes a quienes reportar)	20.5%
Carencia de coordinación	20.5%
Fisiológica (anomalías físicas de la persona)	15.9%

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las diferencias poblacionales estimadas mediante la prueba t y ANOVA, únicamente se dieron diferencias por género y por antigüedad de la población.

En la tabla 7 se presentan las diferencias por género en la dimensión que presentó diferencias estadísticas que fue la comunicación del desempeño.

Tabla 3. Comparación de las medias poblacionales de la dimensión comunicación del desempeño con respecto al género.

Dimensión	Género	N	Media	Desviación típica	T	Sig. (bilateral)
Comunicación de desempeño					-2.056	.046*
	Hombre	23	10.74	3.018		
	Mujer	21	12.67	3.199		

Fuente: Elaboración propia. Nota: * $p \leq .05$

Esta tabla muestra que las diferencias significativas en cuanto al género es el de los hombres debido a la desviación que presenta, es decir son los que mejor comunicación refleja.

En la tabla 8 se presentan las diferencias por antigüedad en la dimensión de comunicación de receptividad o grado de reacción a los profesores que tienen una antigüedad de 18 a 25 años.

Tabla 8: Comparación de las medias poblacionales de la dimensión comunicación de receptividad o grado de reacción con respecto a la antigüedad.

Dimensión	Antigüedad	N	Media	Desviación típica	t	Sig. (bilateral)
Comunicación de receptividad o grado de reacción					3.488	.016*
	2 a 9	9	18.00	2.236		
	10 a 17	14	18.36	2.530		
	18 a 25	13	16.08	3.685		
	26 a 33	7	17.14	4.451		
	34 a 41	1	7.00			

Fuente: Elaboración propia. Nota: * $p \leq .05$

Discusión

Analizando los datos se concluye:

- Que de la población estudiada, 44 profesores con el perfil deseable PRODEP el 52% de la muestra está conformada por hombres, mientras que el 48% por mujeres.
- Se encontró que la media más baja es la comunicación personal y la más alta, la comunicación de receptividad o grado de reacción.
- Los profesores reportaron que la comunicación verbal es la más empleada para la comunicación como son los dictados, instrucciones, llamadas telefónicas y la comunicación informal es la que menos se refleja.
- Así mismo este estudio detecta que los medios de comunicación son deficientes y que existe falta de información en la organización, además de que se

presentaron diferencias en relación a la comunicación del desempeño y a la comunicación de receptividad o grado de reacción.

Conclusiones

Al aplicar esta metodología se puede apreciar que la comunicación organizacional en la institución es moderada desde la perspectiva del profesor investigador y existe también una percepción favorable hacia las autoridades administrativas, con una alta identificación del profesor hacia la comunicación verbal, la cual es más rápida, tiene retroalimentación y proporciona mayor cantidad de información en un menor tiempo, y esto se compara con un estudio de comunicación organizacional realizado Suárez, Ruiz Hincapié y Mendoza (2003 citados por Cantón y García, 2012) quienes en su informe reportaron que la comunicación interna se produce espontáneamente y no obedece a patrones de comportamiento establecidos por la organización; así mismo existen deficiencias en los medios de comunicación y falta de información lo cual quiere decir que son insuficientes los canales de comunicación y retroalimentación y se propone una mejor utilización de los medios de comunicación los existentes en la institución para que los profesores sientan que su participación es útil en la misma, ya que la organización siempre va a estar vinculada con los procesos de aprendizaje, creando conocimientos valiosos para las misma, y de acuerdo con Garrido, López, Urban, y Herrera, una forma de mejorar la utilización de esos canales es que los profesores se agrupen en comunidades de docentes que compartan y generen conocimiento desde actividades mínimas para el aula, pasando por programas de mejora de la expresión oral o escrita, hasta proyectos complejos.

Referencias bibliográficas

Altuve, E. y Chávez, S. (2015).Comunicación organizacional como herramienta para el desarrollo de equipos de trabajo eficiente. V Congreso Invecom.

- Arras, A.M., Jáquez, J.L. y Fierro L.E. (2008). Comunicación y cambio organizacional. *Revista Latina de Comunicación Social*. DOI: 10.4185/RLCS-63-2008-792-418-434.
- Brönstrup, C., Godoi, E. y Ribeiro, A. (2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *Signo y Pensamiento*, XXVI (51), pp. 26-37.
- Cantón, I. y García, A.M. (2012). La comunicación en los centros educativos: un estudio de caso. *Tendencias Pedagógicas*, 19.
- Castro, B. (2007). El auge de la comunicación corporativa. Creative Commons.
- Chillida, G. (2007). La Comunicación Organizacional: Clave para la Gestión del Conocimiento Eficiente. *Razón y Palabra*. 55 (12).
- Cienfuegos, J.P (2014). No solo es teoría blog [24 de junio]. Recuperado: <http://letras.unmsm.edu.pe/ceups/?p=1256>
- Fernández, C. (1999). La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas, México.
- Fiske, J. (1982). Introducción al Estudio de la Comunicación. Editorial Norma, Colombia.
- Garrido, R., López, S., Urban, J. y Herrera, J. (2012). Mejorar la comunicación y la coordinación entre los docentes mediante una aplicación informática .Congreso Internacional de Diseño e Innovación de Catalunya (CIDIC).
- Guzmán, V. (2012). Comunicación Organizacional. Red del Tercer milenio.
- Kerlinger, F.N. y Lee, H.B. (2002). Investigación del comportamiento. México: Mc Graw-Hill.

- León, G. A. (2002). Convergencia global y comunicación organizacional en México. Apuntes diagnósticos Revista Latina de Comunicación Social, 5 (52), pp. 1-6
- Méndez, F. B. (2007). La Comunicación Organizacional como Gestora del Conocimiento y la Responsabilidad Social. Razón y Palabra, 12(58).
- Milton, Q.V. (2010). Confiabilidad y Coeficiente Alpha de Cronbach. Revista de estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. 12(2), 248-252. Recuperado de <http://www.urbe.edu/publicaciones/telos/ediciones/pdf/vol-12-2/nota-2.PDF>
- Pasquali A. (1978). Comprender la Comunicación, Monte Ávila Editores.
- Penley, L. E., & Hawkins, B. (1985). Studying interpersonal communication in organizations: A leadership application. Academy of Management Journal, 28(2), 309-326.
- Price, J. L. (1997). Handbook of organizational measurement. International Journal of Manpower, 18(4/5/6), 305-558.
- Queris-Rojas, M., Almirall-Cabrera II, A., Capote-García I, L. y Alfonso-Robaina, D. (2012). Diagnóstico del proceso de comunicación organizacional. Caso de estudio QUIMEFA. Ingeniería Industrial. XXXIII (2) p. 161-174
- Secretaría de Educación Pública [SEP] (2015). Convocatorias 2015. Apoyo a profesores de tiempo completo con perfil deseable. Recuperado: <http://dsa.sep.gob.mx/convocatorias2015.html>
- Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT] (2014). Tercer Informe de Actividades de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Autor. México

Urbiola, A., E., Vázquez, A. W. (2010). La comunicación ritual como mecanismo de socialización en las organizaciones: identidad y regulación. *Razón y Palabra*, 72.