

LA IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES, UN ANÁLISIS PARA LA REFLEXIÓN

Carlos Alberto Ruiz Maldonado
carlosalbertoruiz@outlook.com
Profesor Investigador
Miguel Ranferi Silva Millán
m.ranferi.silva@gmail.com
Profesor Investigador

Instituto Politécnico Nacional

Resumen

El presente texto, establece una revisión y reflexión en relación a la identidad en las organizaciones, repasa distintas acepciones, revisa sus particularidades y elementos reconociendo la figura primordial que desempeña dentro de una organización. Asimismo, en su camino rescata la correspondencia que se establece entre identidad y cultura organizacional y la influencia que cobran ambas en los objetivos y en el conjunto de toda práctica y ejercicio de cualquier organización.

Introducción

La interacción de los miembros de una organización y su práctica dentro de ésta contribuye invariablemente a provocar distintos efectos en la vida de las instituciones, esta condición, a la par de los lineamientos y declaraciones de objetivos construyen las particularidades de toda organización. Al mismo tiempo, en la actualidad toda organización necesita tener una personalidad propia que le permita diferenciarse de las demás. Dicha personalidad conforma su esencia, su ser específico, es decir, su identidad. En este sentido, el grado de identificación de los integrantes constituye un elemento trascendente y de gran influencia para los resultados generales de la organización, así como puede llegar a ser determinante para el clima de la organización.

Hacia un concepto de identidad en las organizaciones

En un amplio sentido, identidad equivale a identificación, dado que ambas se experimentan indistintamente (Costa, 2004), puesto que en alguna medida una depende de la otra al grado de no poder existir por separado. En este sentido, la identidad refiere hacia un reconocimiento de unidad y pertenencia, que en el caso de las organizaciones apunta hacia lograr una afinidad entre sus integrantes y el cuerpo total que la compone.

Etimológicamente, la identidad puede expresarse con una ecuación muy simple: es el propio ser o ente (lo que es, existe o puede existir) más su entidad (su esencia, su forma y valor). La identidad, es pues la suma intrínseca del ser y su forma, autoexpresada en el conjunto de los rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. En esta línea de razonamientos, la idea de identidad supone la idea de verdad o de autenticidad (Costa, 2004).

Bajo esta línea, la identidad es una esencia, por lo que identificarse con algo significa descubrir o compartir de algún modo esa esencia. Así, la forma de interacción se realiza a partir del fenómeno de la percepción, que puede expresarse a raíz de un encuentro inmediato entre un mensaje enviado por un individuo o una organización, y el mismo mensaje recibido por otro individuo o grupo (Costa, 2004). De modo que la identidad juega un papel importante en las interacciones de la organización, incluso al grado de particularizarlas de forma positiva o negativa.

La identidad se relaciona con la percepción de los integrantes de la organización, por lo cual representa una característica que influye en su acción y ejercicio, siendo esto al mismo tiempo un punto de coincidencia entre la identidad y el clima organizacional, puesto que este último compone un elemento que interactúa con las características individuales de los miembros afectando subsecuentemente su comportamiento dentro de la organización.

Por otro lado, para las organizaciones, la identidad constituye su fuente de sentido, dado que la identifica a sí misma por medio de ésta, de sus valores, de su personalidad, en suma, de su esencia; a la vez, representa el conjunto de atributos o características con los que la compañía se autodefine o autodiferencia de las demás (González, 2008). En diferente magnitud, las personas derivan parte de su identidad personal y sentido de sí mismos a las organizaciones y grupos profesionales para que ellos la continúen. Incluso para muchos, la identidad colectiva de sus y organizaciones puede llegar a ser más importante que las de otro tipo como el género, la edad o la nacionalidad (Fernández, 2004).

En términos generales, la identidad organizacional se refiere a lo que los miembros perciben, sienten y piensan acerca de su organización. En este escenario, la identidad conforma el entendimiento colectivo, común y distintivo de los valores y características de la organización (Varela, 2009), construyendo así los elementos que le otorgan soporte y carácter. Bajo esta línea, el clima guarda también relación y puede llegar a describirse con base a los valores y particularidades de la organización.

De igual forma, la identidad normaliza un campo de asignación de significados de manera tal que los participantes internalizan los rasgos fundamentales y se transforman en verdaderos componentes de un todo que es aceptado y reproducido en cada una de sus partes.

Las organizaciones mantienen su identidad en las interacciones con otras organizaciones mediante procesos de comparación interorganizacional a través del tiempo. Las organizaciones buscan acentuar las diferencias y las similitudes con otras que pueden pertenecer a una misma clase y con las que se está o se quiere ser asociado. Pero haya o no diferencias substantivas con otras organizaciones, mucho más importante es que los miembros de la organización consideren que esas diferencias existen, y por lo tanto, frecuentemente se llevan a cabo esfuerzos para fomentar la idea compartida de la identidad colectiva (Fernández, 2004).

Párrafo

En este orden, la identidad tiene múltiples manifestaciones dentro de la organización: está en sus roles, en sus sistemas de información y control, en los modos en que se toman las decisiones, en los procesos de socialización de sus miembros, en la disciplina que imparte, en las formas que asumen el poder y la autoridad, en los modos de interacción entre sus integrantes, en su equipamiento, en sus recursos y en su discurso. Todo esto en conjunto, sin duda marca repercusiones en el ambiente de la organización, de ahí que puede identificarse la relación existente entre identidad y clima organizacional.

Así, la identidad de las organizaciones es la conjunción de su historia, ética y su filosofía de trabajo, pero también está conformada por los comportamientos cotidianos y las normas establecidas por la dirección (González, 2008). En este sentido, la identidad al igual que el clima se relaciona con el desempeño.

La identidad se expresa a manera de una estructura que se revela a través de las relaciones establecidas entre los miembros de la organización, para llevar a cabo sus propósitos haciendo usos de los recursos de orden material y simbólico existentes. Las diferentes culturas y personalidades que conviven en una organización, así como la tecnología que procesa, suelen ser especialmente relevantes para la caracterización de su estructura (Schvarstein, 2008).

La identidad organizacional toma su fundamento en los significados locales y símbolos, se incrusta en la cultura organizacional constituyéndose en el contexto simbólico interno para el desarrollo y mantenimiento de la identidad de la organización (Varela, 2009).

El hecho de quién construya la identidad y para qué, determina en gran medida el contenido simbólico y el sentido para quienes se identifican o apartan de ella. Así, la construcción simbólica de la identidad organizacional debe ser comunicada a los miembros de la organización desde la dirección, sin embargo, la interpretación que de ésta haga cada uno de los integrantes estará fundamentada en los patrones de cultura de la organización, experiencias particulares y percepción del entorno en general.

Al respecto, Varela (2009) contempla que existe un proceso de interacción entre cultura, identidad e imagen en el que se pone de manifiesto que la identidad organizacional es influida por lo que acontece en el interior y exterior de la organización, por lo tanto, la cultura es el elemento que determina su identidad.

Identidad y cultura organizacional

Las organizaciones presentan ciertos rasgos característicos que definen su identidad y cultura, elementos que se han determinado y en alguna medida modificado tras la influencia y transformación del

contexto, condicionando asimismo, el comportamiento de sus integrantes. De tal manera, la cultura organizacional descansa sobre la identidad organizacional (Varela, 2009), integrando a este respecto el papel que juega el clima dentro de ello.

En este orden de ideas, la cultura organizacional representa un conjunto de valores y creencias compartidas que se dirigen hacia una percepción común sobre la organización entre sus integrantes, dentro de lo que se encuentra el transmitir un sentido de identidad.

título

La identidad de la organización se refiere a los rasgos que la diferencian, a los elementos que le dan sostén y continuidad. De tal forma, conocer los rasgos de identidad implica la comprensión del contexto de significación que comparten los miembros en cada organización (Robbins, 1999), dado que éste es un elemento constitutivo de la organización.

Por otro lado, el concepto de cultura organizacional refiere a los conocimientos, creencias y valores que tienen, construyen y comparten los integrantes de una organización en sus procesos de interacción social que desde ahí marcan influencia hacia el comportamiento de sus integrantes (Davis, 1983). La cultura orienta respecto al modo en que deben entenderse y hacerse las cosas en la organización.

La cultura organizacional es el nivel más profundo de los supuestos y creencias básicos, compartidos por los miembros de una organización, que funcionan de manera inconsciente y se definen, en una forma básica, que se considera dada, de visión de la organización y del contexto (Schein, 1988). Bajo esta condición, las creencias que influyen en el comportamiento de los integrantes pueden originarse a partir de distintas fuentes que establecen diferentes marcos de referencia cultural.

Desde la perspectiva de la administración, la cultura organizacional, constituye un sistema de significados compartidos que indica a los directivos lo que es posible hacer y lo que encontrará fuertes resistencias. En esta posición, la línea de la administración se preocupa más de analizar y evaluar los posibles vínculos entre las creencias y valores y las prácticas que prescribe determinados comportamientos. De acuerdo con Robbins (1999), al respecto se consideran siete características que al ser combinadas y acopladas revelan la esencia de la cultura de la organización:

1. Autonomía individualidad. Refiere el grado de responsabilidad, independencia y oportunidades que tiene cada integrante para ejercer con iniciativa dentro de la organización. En relación a esta característica, destaca en el caso de las organizaciones educativas, la posibilidad de los profesores respecto a la toma de decisiones relacionadas con la evaluación de sus estudiantes y los elementos que ésta considerará.
2. Estructura. Contempla el grado de aplicación de normas y reglas, así como la supervisión y control del comportamiento de los integrantes. La estructura guarda relación directa con las jerarquías y la inspección que las autoridades realizan a sus subordinados, lo cual puede encontrar ejemplo en el ámbito de las instituciones educativas, en las actividades que realizan los prefectos a petición de sus superiores, para observar las actividades y desempeño del profesorado.
3. Apoyo. Corresponde al nivel de ayuda y amabilidad que los directivos ofrecen a sus subordinados. En este sentido, en las instituciones educativa, al igual que en cualquier otro tipo de organización, la cordialidad y soporte constituye un elemento que fortalece el ejercicio y la práctica cotidiana.
4. Identidad. Corresponde a la identificación que los integrantes muestran respecto a la organización en su conjunto y no únicamente con su equipo o grupo de trabajo. Llevando esto al marco de las instituciones educativas, la existencia de una identidad sólida representará la posibilidad para que, por ejemplo, los profesores realicen su práctica persiguiendo los objetivos específicos compartidos por la organización.
5. Desempeño-premio. Contempla el grado en que se distribuyen los incentivos (promociones, aumentos salariales y de prestaciones) de acuerdo a criterios de desempeño. El que una organización contemple la entrega de estímulos a partir del desempeño individual puede significar un factor de motivación que permita una sana competencia, sin embargo, se debe cuidar mucho este aspecto para que por lo contrario no repercuta en comportamientos y ambientes negativos.
6. Tolerancia del conflicto. Refiere el grado de conflicto existente entre las relaciones de los integrantes de la organización. En este sentido, ninguna organización está a salvo de mantener

un conflicto entre sus integrantes; en el caso de una organización educativa puede deberse a distintas circunstancias como las diferencias de opinión entre integrantes o rencillas que incluso obedecen más a asuntos personales que profesionales.

7. Tolerancia del riesgo. Considera el nivel en que se alienta a los integrantes de la organización para que sean agresivos, innovadores y corran riesgos. En esta línea, las organizaciones deben tener cierta capacidad para denotar la motivación de sus integrantes, alentándolos hacia la creatividad a la vez que les otorga seguridad.

Robbins (1999), señala que evaluar a la organización a partir de estas características permite distinguir un panorama de ella y su cultura, dado que esta visión conforma la base de los sentimientos de significado compartido que tienen los integrantes, así como la forma en que hacen las cosas y actúan. De esta forma la cultura es un término descriptivo que expresa la manera en que los empleados perciben las condiciones y características de la organización.

Particularmente la cultura atiende cinco funciones dentro de una organización:

- Define límites, es decir establece distinciones entre una organización y las otras.
- Transmite un sentido de identidad a sus miembros.
- Facilita la creación de un compromiso personal con lamo más amplio que los intereses individuales de sus integrantes.
- Incrementa la estabilidad del sistema social, entendiendo que la cultura conforma un vínculo social que ayuda a mantener unida la organización al proporcionar normas adecuadas de lo que deben hacer y decir los empleados.
- Es un mecanismo que controla y da sentido a todo, guiando y modelando las actitudes y el comportamiento (Robbins, 1999).

Tras esto, se distingue que la cultura contempla a la organización como un todo, nutriéndose de sus costumbres, hábitos, tradiciones; entendiendo que sus resultados se encuentran relacionados de forma directa con ésta.

V. Conclusiones

Entender y distinguir a profundidad la complejidad de cualquier organización, implica sin duda reconocer y confrontar las particularidades de su identidad, tanto de aquella que se expresa de manera formal como la que se construye a través de su prácticas cotidianas y los símbolos que va formando en su ejercicio, y más allá de eso, compulsarla con la percepción de su propia comunidad y su entorno más inmediato (clientes, proveedores) debe ser el propósito, y que de ahí puedan proyectarse estrategias y planteamientos de distinto orden para la organización.

Por otro lado, la correspondencia que existe entre identidad y cultura, apela a la conciencia y reflexión que debe despertar toda organización, y a través de ejercicios contundentes tener en claro qué es lo que la define, cómo es que proyectarse y cómo lograr el tránsito y conexión entre estos puntos. Cuando se definen las prácticas para lograrlo, la organización ya estará lista para conectar con su objetivo y establecer la planeación y estrategias.

Referencias

1. Costa, J. (2004) *Identidad corporativa*. México, Editorial Trillas.
2. Davis, K. (1983) *El comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw Hill.
3. Fernández, C. (2004) *Identidades profesionales y organizativas: Fracturas y puentes*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
4. González, C. (2008) *Nuevas estrategias de televisión. El desafío digital. Identidad, marca y continuidad televisiva*. Madrid: Ediciones de las ciencias sociales.

5. Robbins, S. (1999) *Título del artículo/Comportamiento organizacional. Conceptos, controversias y aplicaciones. /revista/web* México: Prentice Hall.
6. Schein, E. (1988) *La cultura empresarial y el liderazgo*. Barcelona: Plaza & Janes.
7. Schvarstein, L. (2000) *Título del artículo/Aportes para el debate curricular. Trayecto de formación general. /revista/web* Argentina: Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Secretaria de Educación.
8. Varela, L. (2009) *La cultura organizacional: un análisis de caso de las organizaciones educativas del nivel medio superior*. Vol. 1. (23-28).