

CONSTRUCTO TEÓRICO SOBRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL ESCENARIO DEL INFORMACIONALISMO EN EMPRESAS ELÉCTRICAS DE SERVICIO PÚBLICO

JULIO CÉSAR BLANCO ROSSITTO
Corporación Eléctrica (CORPOELEC),
Venezuela

RESUMEN

Las organizaciones del siglo XXI están influenciadas por las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que determina su cultura organizacional; es así como la aplicación del conocimiento e información ha producido una espiral que eleva el uso de la tecnología en un ciclo acumulativo de innovaciones sorprendentes. Este fenómeno, denominado informacionalismo, deja huella en los patrones de conducta y reconfigura los valores compartidos considerados componente trascendental para comprender el cambio desde modelos burocráticos mecanicistas, hacia redes de organizaciones cuyos tejidos interpersonales complejos son significativos. En sus propósitos, la investigación desarrolla un constructo teórico sobre la cultura organizacional en el escenario del informacionalismo en empresas eléctricas de servicio público (EPSE), específicamente en Corpoelec Yaracuy; interpreta las percepciones de los actores sociales, describe sus dinámicas de trabajo y construye una plataforma teórica orientada a la adecuación de principios y valores humanistas. El paradigma interpretativo rige la matriz epistémica bajo el método fenomenológico-hermenéutico; la investigación utiliza la entrevista en profundidad como técnica para recoger la información. El constructo teórico plasma hallazgos donde las organizaciones que prestan servicio público deben forjar la identidad desde la raíz fundacional; por tanto, la fusión de empresas debe acompañarse de un plan estratégico con objetivos claros, respaldado con el desarrollo del talento humano, bajo una estructura en red que dinamice la organización, incremente su productividad financiera, social, le permita gestionar los cambios y adaptarse a la tecnología en un entorno cambiante.

Palabras Clave

Cultura Organizacional, Identidad Corporativa, Informacionalismo, Empresas Eléctricas, Complejidad.

Recibido: 12/06/2019

Aceptado: 04/09/2019

Revista In Situ/ISSN 2610-8100/Vol. 3 N°3/ Año 2020. San Felipe, Venezuela/Universidad Nacional Experimental del Yaracuy, pp.15-37.

THEORETICAL CONSTRUCT ON THE ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE SCENARIO OF INFORMATIONALISM IN PUBLIC SERVICE ELECTRICAL CORPORATIONS

JULIO CÉSAR BLANCO ROSSITTO
Electrical Corporation (CORPOELEC),
Venezuela

ABSTRACT

The 21st century organizations are influenced by the Information and Communication Technologies (ICT) which determine their organizational culture. It is on this way that knowledge and information application has produced a spiral that raises the use of technology in a cumulative cycle of surprising innovations. This phenomenon, called informationalism, leaves a mark on behavior patterns and reconfigures the shared values considered a transcendental constituent to understand the change from mechanistic bureaucratic models to organizations networks whose complex interpersonal webs are significant. In its purposes, the research develops a theoretical construct on the organizational culture in the scenario of informationalism in public service electrical corporations (PSEC), specifically at Corpoelec Yaracuy; interprets the social actors's perceptions, describes their work dynamics and builds a theoretical platform oriented to the adequacy of humanistic principles and values. The interpretive paradigm manages the epistemic matrix under the phenomenological-hermeneutic method; the research applies the in-depth interview as a technique to collect the information. The theoretical construct depicts findings where the organizations that provide public service need to set the identity from the founding root; therefore, the fusion of corporations should be accompanied by a strategic plan with clear objectives, supported by the human talent development, under a network structure that enlivens the organization, increases its financial and social productivity, allows it to manage changes and adapt to technology in a changing environment.

Key Words

Organizational Culture, Corporate Identity, Informationalism, Electrical Corporations, Complexity.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones del siglo XXI están sometidas a una realidad social compleja que determina las rasgos gerenciales que las caracterizan y que se expresan, entre otras cosas, a través de su cultura organizacional; es así como la poderosa influencia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), configuran los signos de un fenómeno globalizador donde las economías nacionales se expanden allende a las fronteras de los países incrementando los flujos comerciales; a su vez, la mundialización desborda lo exclusivamente económico cuando abarca procesos que involucran distintos ámbitos como el social, político, cultural, religioso, tecnológico, ambiental, que actúan de manera sistémica sobre las organizaciones.

Consecuente con lo antes indicado, conviene apuntar que desde mediados del siglo pasado, el componente tecnológico adquiere importancia relevante en el desempeño organizacional, delineando aspectos importantes asociados a la cultura organizacional; en ese sentido, la aplicación del conocimiento e información en aparatos que a su vez generan conocimiento y permiten el procesamiento de la información/comunicación, ha producido una espiral donde cada vez se eleva más el uso de la tecnología en un ciclo acumulativo de innovaciones sorprendentes. Este fenómeno ha sido denominado por Castells (1996), informacionalismo.

La sociedad informacional se caracteriza por el surgimiento de un nuevo paradigma basado en la tecnología de la información que impacta sobre las personas que hacen vida en las organizaciones, dejando huella en sus patrones de conducta y valores compartidos; es decir, en la cultura organizacional, concepto que posee gran diversidad de dimensiones que han motivado su estudio desde diferentes perspectivas o propósitos, a la vez que es considerado como un componente trascendental para comprender el cambio desde modelos burocráticos mecanicistas hacia redes de organizaciones cuyos tejidos interpersonales complejos son significativos. El siguiente trabajo propone desarrollar un constructo teórico sobre la cultura organizacional en el escenario del informacionalismo en empresas eléctricas de servicio público, específicamente en Corpoelec, empresa venezolana creada en el año 2007, mediante la fusión de 14 empresas públicas y privadas que atendían los procesos de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica.

PRIMER MOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

APROXIMACIÓN AL OBJETO DE ESTUDIO

El mundo está sometido a la vertiginosa realidad de la información que fluye, no sólo a través de los medios tradicionales (prensa escrita, revistas, libros), sino también con extraordinaria inmediatez, mediante las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), muy particularmente, con las redes sociales. La manera como se precipitan los acontecimientos dentro de la aldea global, la cantidad de datos e información que segundo a segundo, se transmiten a través del internet, hace imposible -hasta para el más avisado ser humano-, asimilarlos, comprenderlos y decodificarlos, a menos que se disponga de “inteligencia artificial” que permita procesarla, clasificarla y analizarla para darle uso conveniente y adecuado.

Tal vez por esto, hay quienes piensan que, tanto la información como la “inteligencia artificial”, son la más auténtica manifestación de la revolución informática; entre ellos Castells (1996), quien ha acuñado el término informacionalismo, para caracterizar la aparición de un nuevo paradigma tecnológico que imprime un sello a las distintas actividades humanas, muy especialmente aquellas que se realizan en el seno de las organizaciones empresariales. Desde el punto de vista de Aldana (2000), quien parafrasea a Castells, la revolución informacional tiene los siguientes atributos:

1. La información es su materia prima: “Son tecnologías para actuar sobre la información”, no información para actuar sobre la tecnología.
2. Su capacidad de penetración en los procesos de nuestra existencia individual y colectiva, a través del control de la información.
3. Su morfología de red le permite materializarse en todo tipo de procesos y organizaciones mediante tecnologías de la información.
4. Su flexibilidad y capacidad para reconfigurarse.
5. La convergencia “creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado”, (pp. 286-287).

Todo lo señalado hasta aquí revela que la organización y, por ende, el substrato espiritual que las delinea; es decir, su cultura, está siendo transversalizada por el informacionalismo como paradigma tecnológico emergente del fenómeno globalizador, incorporando elementos como la sociedad informacional, la sociedad red, la complejidad; y por tanto, cambiando progresivamente las formas de actuar, pensar, sentir y comunicarse de los seres humanos que las conforman.

Resulta oportuno señalar que el gobierno venezolano a partir de 2003, tomó el camino de las estatizaciones, política dentro de la cual se inscribe la creación de la Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec) mediante decreto presidencial N° 5.330 de julio de 2007. La mencionada empresa es la encargada de realizar las actividades de generación, transmisión, distribución y comercialización de potencia y energía eléctrica del país, luego de la fusión de 14 empresas públicas

y privadas. Atendiendo a su filosofía de gestión, Corpoelec nace con la visión de reorganizar y unificar el sector eléctrico venezolano a fin de garantizar la prestación de un servicio confiable, de calidad y eficiente, no excluyente y con sentido social. Como institución, persigue fortalecer al sector eléctrico incentivando la participación de los actores sociales, en particular del poder popular a través de los consejos comunales y las mesas técnicas de energía, en la elaboración y ejecución de proyectos eléctricos en sus comunidades.

Sin embargo, como es del saber común, y en contraste con lo señalado anteriormente, el sistema eléctrico nacional venezolano adolece de relevantes dificultades que se manifiestan en continuos y permanentes racionamientos, fallas y desmejora notable en la calidad del servicio y del producto técnico entregado a los usuarios. Sumadas a estas dificultades, la fusión de diferentes empresas con orígenes, tradición, propósitos y procesos disímiles, desembocan en la necesidad de consolidar una nueva cultura organizacional que responda a los fines y propósitos actuales de la corporación que agrupa a un gran número de trabajadores.

En el caso específico del Estado Yaracuy, la Compañía Anónima Electricidad del Yaracuy (Caley) y la Compañía Anónima de Administración y Fomento Eléctrico (Cadafe), se integraron en un proceso abrupto que careció, al igual que en el resto del país, de un plan para alcanzar este propósito. La situación señalada anteriormente ha desembocado en una crisis de identidad que se expresa en las rutinas diarias de trabajo y se manifiesta en interrogantes como: ¿Quiénes somos: Caley, Cadafe, Corpoelec?, y se agudiza por la poca divulgación de la misión, visión, valores, objetivos e incluso, metas fijadas en el marco de la planificación estratégica. Tampoco se ha producido un proceso definitivo de conformación de la estructura organizacional, con lo cual muchos trabajadores, sobre todo de los niveles operativos, desconocen el alcance de sus funciones.

Las empresas eléctricas se caracterizan por un alto ingrediente tecnológico; esta realidad, en contraste con las premisas señaladas por Castells (1996), al hablar del informacionalismo supone que las empresas deben operar a través del uso de tecnologías altamente integradas, donde la simplificación de los procesos, la mejora continua, la calidad total y el procesamiento de información, deben conducir al incremento de la eficiencia y productividad.

En el escenario descrito *ut supra*, las organizaciones del sector eléctrico, están obligadas a desarrollar estructuras reticulares que les permitan trabajar integrando los procesos de forma sistémica. Estos ingredientes tecnológicos, como se ha señalado, producen notables influencias en la cultura, caracterizándola entre otras cosas, por su dinamismo, complejidad, elevado perfil tecnológico de los trabajadores, poder de reconfiguración y adaptación permanente a los cambios, integración con los usuarios, proveedores y organismos oficiales de regulación del sector. Si consideramos los planteamientos hasta aquí formulados, se abren varias interrogantes que orientan el propósito de esta investigación.

Algunas de ellas son: ¿Qué elementos conforman la cultura organizacional en Corpoelec? ¿Cómo Interpretar las percepciones de los actores que participan en el cuerpo social de Corpoelec, sobre las influencias que el informacionalismo está produciendo en la cultura organizacional?

Del mismo modo, emergen las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las características de las nuevas dinámicas sociales sobre las cuales se fundamentan las relaciones de trabajo en el contexto del informacionalismo en Corpoelec? ¿Cómo Construir una plataforma teórica orientada a la adecuación de los principios y valores de una cultura organizacional humanista signada por el informacionalismo en Corpoelec? Las inquietudes antes señaladas conducen al planteamiento de los propósitos que persigue la investigación; los mismos recogen los motivos que conducen a la búsqueda de nuevos conocimientos.

Propósitos de la Investigación

El propósito general consiste en desarrollar un constructo teórico sobre la cultura organizacional en el escenario del informacionalismo en empresas eléctricas de servicio público, específicamente en CORPOELEC Yaracuy. Los Propósitos Específicos están orientados a: 1. Develar los elementos que conforman la cultura organizacional en Corpoelec Yaracuy. 2. Interpretar las percepciones de los actores que participan en el cuerpo social de Corpoelec, sobre las influencias que el informacionalismo está produciendo en la cultura organizacional. 3. Describir las características de las nuevas dinámicas sociales sobre las cuales se fundamentan las relaciones de trabajo en el contexto del informacionalismo en Corpoelec Yaracuy. 4. Construir una plataforma teórica orientada a la adecuación de los principios y valores de una cultura organizacional humanista signada por el informacionalismo en Corpoelec.

SEGUNDO MOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

REFERENCIAL TEÓRICO QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

Estudios Previos

Una etapa fundamental del proceso de investigación consiste en consultar los antecedentes de investigación, esto se realiza con el propósito de determinar el estado del arte, aportes, hallazgos, metodologías y demás aspectos que hayan encontrado y utilizado otros investigadores. Se consideraron cinco investigaciones previas: Salcedo (2014), cuyos aportes a nuestra investigación derivan hacia dos vertientes fundamentales: la teórica, que permite establecer las relaciones que se producen entre la cultura organizacional y los diferentes estilos de liderazgo, constatándose el fenómeno de la recursividad como uno de los principios fundamentales de la complejidad; y la metodológica, en virtud del uso de la fenomenología como filosofía y método; el trabajo de López (2013), contribuyó con aspectos teóricos que estructuran y fundamentan la cultura

organizacional, estudiada desde diferentes disciplinas, con abundancia de enfoques y perspectivas que han otorgado los teóricos apoyados en diversos puntos de vista epistemológicos y metodológicos.

Además, la investigación de Sosa (2012), permitió concienciar un gerente de visión holística, con inteligencia y un modo de pensar integral, que se ocupa de construir el futuro propio, de la empresa, comunidad, sociedad y el cosmos; Poletto (2012), de cuya tesis doctoral se aprendió que en un sistema complejo adaptativo, la perspectiva de la cultura organizacional, integrada con la perspectiva estratégica y la de productividad, permiten la trascendencia, la creación de capacidades organizacionales y la toma de decisiones adecuadas y pertinentes. Por último, Poletto y Sánchez (2011), aportaron la idea de que determinando las acciones prioritarias de la organización, es posible forjar una guía de actuación en el contexto paradigmático de la era del conocimiento; por consiguiente, las organizaciones que viven un proceso de transformación profunda, deben promover acciones estratégicas y prioritarias que se hacen vitales en función del análisis de elementos no comunes como el desarrollo tecnológico (Dt), la capacidad cultural (Cc) y la organización flexible (Of).

Orientaciones Teóricas del Estudio

El recorrido teórico representa una fase importante de la investigación, en esta etapa el investigador se ocupa de indagar en diferentes fuentes, aspectos asociados con su trabajo (en este caso identidad corporativa, cultura organizacional e informacionalismo) que le permitirán construir de manera intersubjetiva, desde el entramado de conocimientos, aseveraciones y puntos de vistas de otros autores, un contexto conceptual inédito.

Identidad Corporativa

La construcción de la identidad es uno de los procesos más trascendentales de la conducta humana; se supone que las personas son individuos con características particulares que contemplan aspectos físicos fácilmente identificables por todos, en tanto que remiten a condiciones tangibles, palpables, verificables, incluso medibles; y aspectos intangibles, asociados a la conducta, la conciencia, el espíritu. De manera natural, las cualidades señaladas transmigran hacia las organizaciones; de modo que, para decirlo con palabras de Costa (2009), quien es reconocido como uno de los estudiosos de mayor enjundia en la temática:

La identidad corporativa es un sistema de comunicación que se incorpora a la estrategia global de la empresa, y se extiende y está presente en todas sus manifestaciones, producciones, propiedades y actuaciones. La identidad se presenta así, en primer lugar, como la unidad de estilo de las comunicaciones corporativas dentro de la diversidad de sus componentes. La consistencia de los componentes de la identidad que integran el “sistema”, y que son sistemáticamente utilizados por la empresa a través del tiempo

y los soportes materiales, es la base de su notoriedad, su valoración y su fijación en el imaginario colectivo, (p. 202).

Las atribuciones de la identidad corporativa son explicadas por Costa (citado), a través de seis subprocesos que nos permitimos mostrar en el Figura 1 donde; el primero, expresa la materialización de lo que es la organización de acuerdo con la percepción que tienen sus clientes o usuarios; el segundo, tiene que ver con la forma como realiza lo que hace, determinando así sus valores; el tercero, apunta al ciclo conformado por lo que la organización es, hace o dice, esto permite al público evaluar sus principios éticos en términos de congruencia; el cuarto, alude a las estrategias que asume la organización para hacerse reconocer por los públicos y constituyéndose en un subproceso que conduce a la diferenciación.

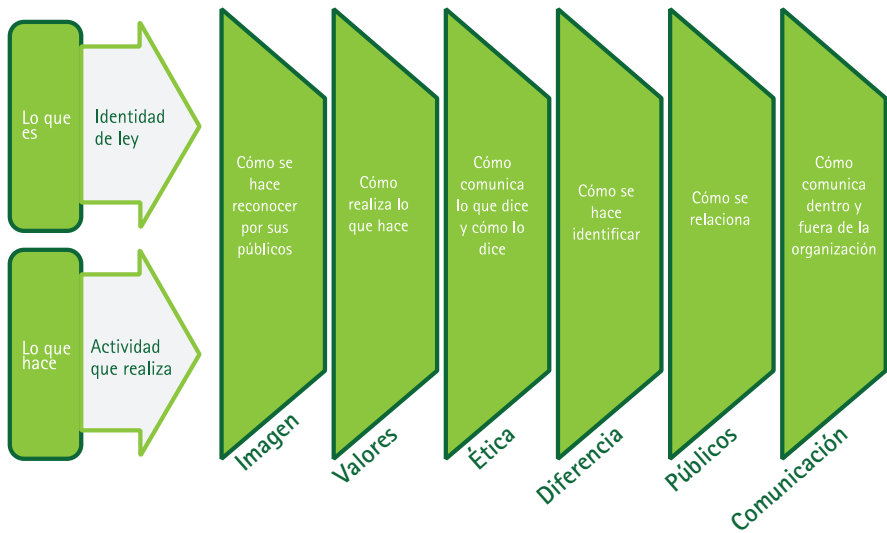


Figura 1. Polos de la Identidad Corporativa: La Acción y la Comunicación.

Fuente: Costa (2009). Elaboración propia (2016).

El quinto subproceso, se refiere a la relación que establece la organización con su entorno y los compromisos sociales que se derivan; el sexto subproceso, comprende las políticas de comunicación, tanto en lo interno como externo, las técnicas, los medios y las herramientas que utiliza la organización para divulgar todos los aspectos señalados en los subprocesos anteriores; en consecuencia también reviste gran importancia en virtud de que tanto la autoimagen como la imagen externa contribuyen al prestigio y fortalecimiento de la organización.

Consistente con lo que se viene señalando hasta ahora, es oportuno indicar que desde la identidad corporativa, surgirá otro proceso que conduce hacia la

conformación de la imagen real percibida por los clientes y usuarios, según se muestra en la Figura 2: allí se aprecian dos ramas que explican el fenómeno: una que incluye la filosofía de gestión (misión, visión, valores, estrategias, objetivos y metas) de la cual deriva la cultura organizacional; y otra referida a la gestión de imagen que se relaciona con la comunicación corporativa y el clima organizacional.



Figura 2. Proceso Identidad Corporativa/Imagen Real Percibida.

Fuente: Autor, 2016.

Cultura Organizacional

Con el objeto de proseguir el desarrollo de los referentes conceptuales que orientan el presente trabajo de investigación, es oportuno reflexionar acerca de la cultura organizacional cuya definición muy sucinta se refiere al conjunto de principios y valores compartidos por los miembros de una organización; sin embargo y he aquí la paradoja, esta noción profusamente utilizada en el ámbito gerencial, bien sea en conversaciones informales típicas de la práctica gerencial, o como recurso teórico al cual recurren gerentes, especialistas del área de talento humano e investigadores, invariablemente ha sido una definición sumamente difícil de precisar, en términos generales y reconocidos por todos.

Con relación al tema, Cornejo (2004), sostiene que la cultura organizacional “siempre ha sido sumamente compleja de comprender y por ello existen un gran número de definiciones que tratan de estructurarla bajo diferentes criterios y

puntos de vista, todos ellos muy válidos y ricos en posibilidades para su análisis.”, (p. 18); de modo que la perspectiva con la cual se estudia el fenómeno, dependerá muchas veces del enfoque asumido.

En cuanto a las dimensiones de la cultura organizacional, en el Cuadro 1, inspirado en López (2013), se resumen los aspectos que más destacan en las diferentes definiciones consideradas por los autores, de acuerdo con los propósitos y profundidad de las investigaciones. Se aprecia que en su mayoría contemplan aspectos intangibles y subjetivos asociados a la psiquis humana y relacionados con la conducta, las creencias, las normas o el proceder de las personas, tanto en sus comportamientos individuales, como colectivos:

Cuadro 1

Dimensiones y Propósitos de la Cultura Organizacional

DIMENSIÓN	PROPÓSITO	AUTORES
Conductas	Lenguaje y rituales asociados a la diferencia y conducta	Goffman, Van Maanen y Barnett
Normas	Desarrolladas por grupos de trabajo.	Homans
Valores	Dominantes aceptados por la organización	Peters y Waterman, Deal y Kennedy, Tepecci y Bartlet, Wallace et al, Buenger et al, Norburn et al, O'Reilly, Davys, Tichy
Filosofía	Orientación de la empresa respecto de sus empleados	Ouchi, Pascale y Athos
Reglas	Juegos que el recién incorporado debe conocer	Schein, Van Maanen, Ritti y Funkhouser
Ambiente o clima	Distribución física y relaciones de empleados con clientes o terceros	Tagiuri, Litwin
Creencias	Formas de pensamiento compartidas	Schein, Thévenet, Rosseau, Kotter y Heskett, Denison
Símbolos	Metáforas y significados compartidos	Robbins, Ouchi, Deal y Kennedy, Mitroff y Kilmann

Fuente: López, (2013). Elaboración propia, (2016).

El Informacionalismo

Como se ha señalado a lo largo de este trabajo, a partir de la segunda mitad del siglo XX, la aparición de las tecnologías de la información y comunicación ha producido grandes transformaciones en la sociedad. Desde el punto de vista socioeconómico, este fenómeno condujo a que prevaleciera el modo de desarrollo informacional como modelo de producción por encima del agrícola e industrial. Es del conocimiento general que un modo de producción se refiere a la manera como el hombre actúa sobre la naturaleza y la materia para generar productos, servicios y riqueza.

Es así como el modo de producción agrícola basa sus potencialidades en la tenencia, explotación de la tierra y uso de la mano de obra como medio primordial para generar riqueza. Posteriormente, la ocurrencia de las revoluciones industriales derivó en el establecimiento de un nuevo modo basado en el control de fuentes energéticas que condujo a la mecanización de los procesos, permitiendo la producción en masa, la fabricación en serie y la simplificación de tareas expresadas en la división del trabajo; en este caso, la productividad apareció como consecuencia del desarrollo de la tecnología.

En cuanto al modo de producción informacional, es pertinente asegurar que no sólo utiliza aunque en mayor grado, la transmisión de conocimientos y el proceso de la información como en los dos anteriores (agrícola, industrial); sino que lo hace en ciclos de realimentación constante como un mecanismo que permite incrementar la productividad, acumular riqueza y aumentar el poder. Conviene acotar que el fenómeno informacionista acontece en un medio conformado por la globalización, de implicaciones económicas y la mundialización, que trasciende hacia lo político-socio-cultural. Realmente todos son procesos incluyentes y complementarios que como suele ocurrir en la sociedad posmoderna, se integran y complejizan de forma progresiva.

TERCER MOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

FUNDAMENTO METODOLÓGICO

La investigación se inscribe dentro del paradigma interpretativo; el cual según Sandín (referido por Sosa, citado), está dirigido a la comprensión de fenómenos sociales, orientado fundamentalmente hacia el desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos. A su vez, Márquez (2008), enumera algunas características de este diseño metodológico: es flexible, no lineal, reflexivo, de carácter contextualizado, idiográfico e histórico, por lo que considera que las acciones humanas ocurren en ambientes naturales no construidos ni modificados, siendo abordadas en lugares, espacios y tiempos determinados.

Estrategias Metodológicas que Orientan la Investigación

La investigación está orientada por el método fenomenológico que concebido como una filosofía y un enfoque, según Martínez (1999): “trata de introducirse en el contenido y la dinámica de la persona estudiada y en sus implicaciones y busca estructurar una interpretación coherente del todo”. (p. 169). Consistente con esta opinión, la fenomenología trascendental de acuerdo con Husserl (referido por Martínez, citado), permite revelar las “estructuras esenciales de la conciencia” (p. 168). Parafraseando a Briones (2002), dichas estructuras, se traducen en la captación del contenido y fluir de la conciencia, por lo tanto el investigador, debe limitarse a describir lo que se presenta en ella, sin condicionamientos ni teorizaciones particulares; a su vez, esta descripción (intuición eidética) muestra que la conciencia presenta, además de referencia a objetos concretos, referencia a esencias (*eidós*) ideales.

Por su parte, la investigación también se sustenta en la hermenéutica, escuela filosófica que permite interpretar y comprender la realidad tal cual ella aparece en la conciencia subjetiva de los actores. Según Briones (citado), quien interpreta a Gadamer (1975), la hermenéutica “no consiste en entender al otro, sino entenderse con otro...no significa trasladarse a la época del autor del texto o del acontecimiento estudiado, sino que supone una fusión de horizontes con lo cual se define un horizonte más amplio.” (p. 37). Para Dilthey (1951), la hermenéutica se ocupa de esclarecer la psiquis humana a través de la interpretación de los signos; esto es: los textos, las palabras, los gestos.

Tipo y Diseño de la Investigación, Técnica de Recolección y Validación de la Información

La Investigación es de campo puesto que la información fue recogida en forma directa de la realidad. El diseño se refiere al plan o proyecto que se plantea el investigador, en este caso es de tipo no experimental en virtud de que se observaron fenómenos en su contexto natural; además es transeccional o transversal debido a que la información se obtuvo en un solo momento y en un tiempo único; y es descriptiva porque sólo procura una descripción del fenómeno estudiado sin establecer relaciones, correlaciones o tendencias de ninguna naturaleza. La recolección de la información se realizó mediante una entrevista en profundidad aplicada a tres informantes clave quienes, desde la intersubjetividad, permitieron construir conocimiento. En la opinión de Martínez (citado), la validación dependerá del grado o coherencia lógica que, en el ámbito de lo interno, manifiesten sus resultados; mientras que en el ámbito externo, dependerá de la ausencia de contradicciones respecto de los resultados obtenidos en estudios o investigaciones análogas.

Categorización y Triangulación

La investigación cualitativa, mediante el proceso de codificación, se ocupa de conceptualizar, organizar y reducir la información recogida para luego, a través de la identificación de categorías relacionarlas de acuerdo con las dimensiones, cualidades, características y propiedades que permitan construir oraciones proposicionales conducentes a una descripción del fenómeno estudiado, (Strauss y Corbin, 2002). Una vez cumplido el proceso de categorización, el investigador se ocupa en realizar la triangulación de la cual existen varios tipos según se realicen entre: diferentes fuentes de información, investigadores, teorías, metodologías y diferentes técnicas de recopilación de la información. En el caso específico de la triangulación de fuentes, según Santos (citado por Suárez, 2016) existe una interrelación dialéctica entre información e interpretación en el sentido de que la realidad se complementa y enriquece, apareciendo matices no observados a simple vista.

CUARTO MOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para el caso de esta investigación se ha elegido el método fenomenológico hermenéutico donde la interpretación es un círculo virtuoso que procura indagar en los recodos más profundos del alma humana donde perceptivamente se edifica la realidad, por ello estarán presentes los principios inspirados en la fenomenología de Husserl: la intuición o aprehensión del evento por la conciencia, la reducción o epojé y la búsqueda esencial del sentido dentro de la totalidad. La construcción intersubjetiva de la realidad se hizo obteniendo la información desde las experiencias de actores sociales que laboran en Corpoelec Yaracuy desde hace más de diez años, en consecuencia se aplicó una entrevista en profundidad conformada por cuatro interrogantes que surgieron de los propósitos que se desean alcanzar.

Parte importante del proceso de interpretación de la información se fundamentó en la identificación de categorías (Cultura Organizacional e Informacionalismo) y subcategorías (Valores Compartidos VC, Identidad Corporativa IC, Fusión de Empresas Eléctricas FE, Estructura Organizativa EO, Gestión del Cambio GC, Actualización e Innovación Tecnológica AIT, Adaptación al Cambio Tecnológico ACT y Mejoramiento de Procesos Tecnológicos MPT) suficientemente explicado. A partir de las categorías y subcategorías, se realizó la hermenéusis interpretativa y la visión epistemológica.

QUINTO MOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

CONSTRUCTO TEÓRICO SOBRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL ESCENARIO DEL INFORMACIONALISMO EN EMPRESAS ELÉCTRICAS DE SERVICIO PÚBLICO

Este momento investigativo adquiere una trascendencia significativa en el trayecto científico de la investigación, por cuanto a través de él, se elaboran y construyen formas novedosas de interpretar la realidad y los fenómenos que han concitado el interés del investigador y sus colaboradores, los informantes clave. En este sentido, es aquí donde se plasman los hallazgos relevantes en un marco de relaciones e interrelaciones teóricas inspiradas en la inter y transdisciplinariedad consideradas desde una visión compleja. Morin (1999).

Desde la perspectiva ontológica interpretativa, la naturaleza del ser de las empresas eléctricas de servicio público, se concibe diversa en el sentido de que son organizaciones humanas que están afectadas por realidades contradictorias, impactadas por el signo de la posmodernidad, fuertemente influenciadas por la mundialización, los mercados globalizados y las TIC. En el contexto anterior, emerge el enfoque tecnológico informacionista que exige gran flexibilidad de las organizaciones para permitirles reconfigurarse y adaptarse al cada día más versátil universo de las realidades gerenciales del siglo XXI; sin embargo, sólo puede mutar sin sacrificio sustancial de su personalidad, quien es capaz de reconocerse en términos de su impronta identitaria; es decir, la identidad corporativa, que representa la personalidad de toda organización formulada desde su filosofía de gestión.

Cuando las empresas reconocen la contingencia y el carácter mutable de la realidad, lejos de actuar de manera reactiva ante los cambios del entorno, de interpretarlos y leerlos como amenazas por parte de competidores, proveedores, clientes o usuarios y entes reguladores del Estado, los considerarán como grandes oportunidades que se abren para dar cabida al ingenio y la creatividad a través de la innovación y adaptación tecnológica, de modo que mediante estrategias adecuadas y pertinentes, puedan visionar el camino hacia la configuración de fortalezas apropiadas.

Consecuente con esta idea, se postula que las organizaciones en general y las empresas de servicio público en particular, deben evitar a toda costa hacerse prisioneras de dudas ontológicas. La duda ontológica que padece Corpoelec, se manifiesta a través de la falta de identificación de los trabajadores con la misión, visión y valores corporativos que puede llevar al desarraigo y al fraccionamiento en identidades parciales producto de la carencia de una cultura organizacional emergente, poderosa, que atraiga a los distintos miembros de la organización, en especial si ella proviene de una fusión empresarial. Estos casos se agravan cuando las empresas originarias que forman la nueva organización, poseen a su

vez una cultura fuerte que se resiste a transformarse; con lo cual queda abierto el conflicto de identidades polarizadas.

Es así como la planificación estratégica juega un papel primordial en la consolidación de la identidad, en este sentido conviene reconocer que es clave conceptualizar la misión y la visión organizativas, pero también es vital darlas a conocer y reconocer en lo interno (trabajadores) y externo (stakeholders: empleados, consumidores, comunidad del entorno y la sociedad en general). Además es pertinente considerar que las TIC, de las cuales emerge el enfoque tecnológico informacional, suscitan una particular ontología virtual. La ontología de las estructuras virtuales típicas del informacionalismo se reconoce por una interdependencia en el trabajo que opera bajo la configuración de red, en pocas palabras, la estructura organizativa se adapta a la tecnología mediante la simplificación que proviene de la eliminación de nodos redundantes donde es fundamental la comunicación fluida; estas peculiaridades producen un gran poder decisorio en los trabajadores quienes se conciben empoderados.

Las características señaladas en los párrafos que anteceden conforman en las organizaciones del siglo XXI una cultura organizacional poliédrica; es decir, con muchas caras o dimensiones, donde entran en juego comportamientos, normas, valores, filosofías, reglas, creencias y símbolos que se expresan a través del clima organizacional como capa superficial o dermis de la cultura; de modo que esta realidad compleja repele los abordajes lineales de causa efecto y sólo puede ser comprendida desde una perspectiva sistémica; en especial cuando se trata de organizaciones surgidas de fusiones o integraciones entre distintas empresas.

Reconocer una cultura organizacional con múltiples matices, demanda a su vez líderes audaces, los cuales desde nuestra interpretación, deben consustanciarse con la idea de construir organizaciones abiertas a la interacción social, transformadoras del conocimiento en aprendizaje colectivo, con visión hologramática, cuyo propósito no se circunscriba únicamente hacia la productividad, sino que atienda también la rentabilidad social desde una perspectiva humana, creativa, con valores universales y trascendentes. Para facilitar una interpretación, se ofrece la Figura 3 donde se muestra la perspectiva ontológica de las empresas eléctricas de servicio público.

Para continuar con la propuesta de constructo teórico, se aborda la perspectiva epistemológica. Según los hallazgos obtenidos a lo largo de esta investigación, puede asegurarse que las organizaciones que prestan un servicio público, están permeadas por infinidad de condiciones exógenas que influyen sobre su comportamiento, en virtud de que ellas comportan un sistema dinámico y complejo; al mismo tiempo, hay condiciones internas que también marcan el ritmo de su acontecer diario; ambos aspectos: externos e internos, se encuentran notablemente impactados por los fenómenos de la mundialización, globalización, posmodernidad, TIC, entre otros, que gobiernan macro procesos integrativos de realidades superpuestas, contradictorias y complementarias.

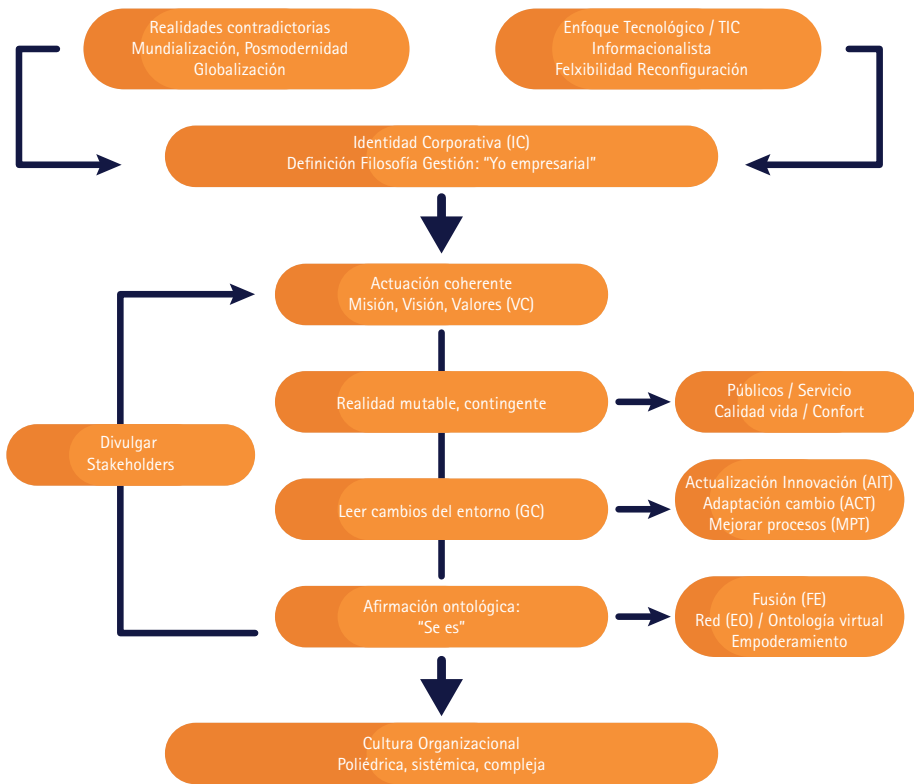


Figura 3. Perspectiva Ontológica

Fuente: Autor, 2017.

En sintonía con la afirmación anterior, consideramos que los temas relacionados con la identidad corporativa resultan primordiales a la hora de ocuparse de otras materias que suscitan el interés de quienes estudian las organizaciones, llámense cultura, clima, estructura, liderazgo; en consecuencia, el proceso de forjamiento de la identidad conforma la raíz fundacional sobre la cual se apoya todo lo demás. Ahora bien, la identidad no se logra únicamente definiendo el nombre, los propósitos, las políticas de divulgación de la imagen corporativa, entre muchos ingredientes importantes; ella sólo es alcanzable mediante el reforzamiento permanente de los valores y principios que se desea compartir.

La importancia que tienen los procesos de fusión de empresas demanda la realización de un plan estratégico adecuado que oriente con claridad, los objetivos que se persiguen con la integración; en este sentido, se hace menester conocer en profundidad las culturas que se desea integrar considerando sus virtudes y defectos. Para ser exitosa, la fusión empresarial debe considerar, además de un plan tecnológico que atienda aspectos como la estandarización, seguridad en el

manejo de la información, mejora de la eficiencia y reducción de costos para la administración de la plataforma tecnológica, un plan de desarrollo del talento humano en consideración de los aspectos emocionales, psicosociales, biológicos y espirituales que caracterizan a los individuos que conforman la organización.

Ahora bien, es necesario comprender que en el marco del informacionalismo, es valioso fomentar en Corpoelec la arquitectura de una estructura en red que dinamice la organización, incremente su productividad financiera y social, a la vez que la mantenga a la vanguardia; de allí que configurar una estructura aplanada, dinámica, con capacidad de reconfiguración veloz, cuyas líneas de comunicación fluyan en todas las direcciones y empoderen a la gente, es el mejor sinónimo de organización inteligente, que aprende y se adapta al cambio.

Por supuesto, las empresas que surgen de una fusión, se adaptan de forma progresiva desde las realidades primigenias hacia la nueva identidad que se expresa en la cultura organizacional y donde el componente estructural es fundamental, como también lo son los principios, valores, imagen y tantos otros que conforman la realidad organizacional. En la adaptación interviene la gestión del cambio y la adaptación al cambio tecnológico como categorías que coadyuvan a la transformación de la empresa que reconoce un entorno en mutación permanente. El reconocimiento de un entorno cambiante demanda líderes capaces de recurrir a la inter y transdisciplinariedad como recursos teóricos que contribuyan a construir organizaciones sinérgicas, con habilidades para actualizarse en forma continua, que logren la internalización de los conocimientos de sus colaboradores con la implementación de programas de mejoramiento y aprendizaje colaborativo, y que aprovechen las ventajas que ofrece la infotecnología informacional.

Conducir con éxito los procesos de aprendizaje, es crucial para las organizaciones que aprenden. En este aspecto cobra relevancia la actualización e innovación tecnológica, así como el mejoramiento tecnológico; todos exigen acoplamiento, adecuación y reforzamiento de saberes compartidos. En el caso específico de las empresas de servicio eléctrico, el componente tecnológico tiene un peso específico considerable que bien aprovechado conduce a la creatividad, eficiencia e ingenio de los trabajadores del conocimiento. A su vez, la tecnología exige asumir una actitud de vanguardia que incite hacia la permanente actualización.

Debemos a Schein (2006) la conciencia clara de que no es posible crear o destruir la cultura organizacional de la noche a la mañana y que por el contrario, lo sabio es ensanchar y ampliar los nuevos modelos mentales sobre la base de un liderazgo inspiracional, democrático y creativo que: “comprenda la cultura de la organización, con todos sus puntos fuertes y débiles, y consolide los elementos que se necesitan para mantener la aptitud de la organización para funcionar y crecer”, (p. 93), donde mucho importa lo que se sabe, donde la innovación y adaptación al cambio tecnológico son, más que determinantes, vitales. En la Figura 4 se ofrece una representación gráfica de la perspectiva epistemológica.

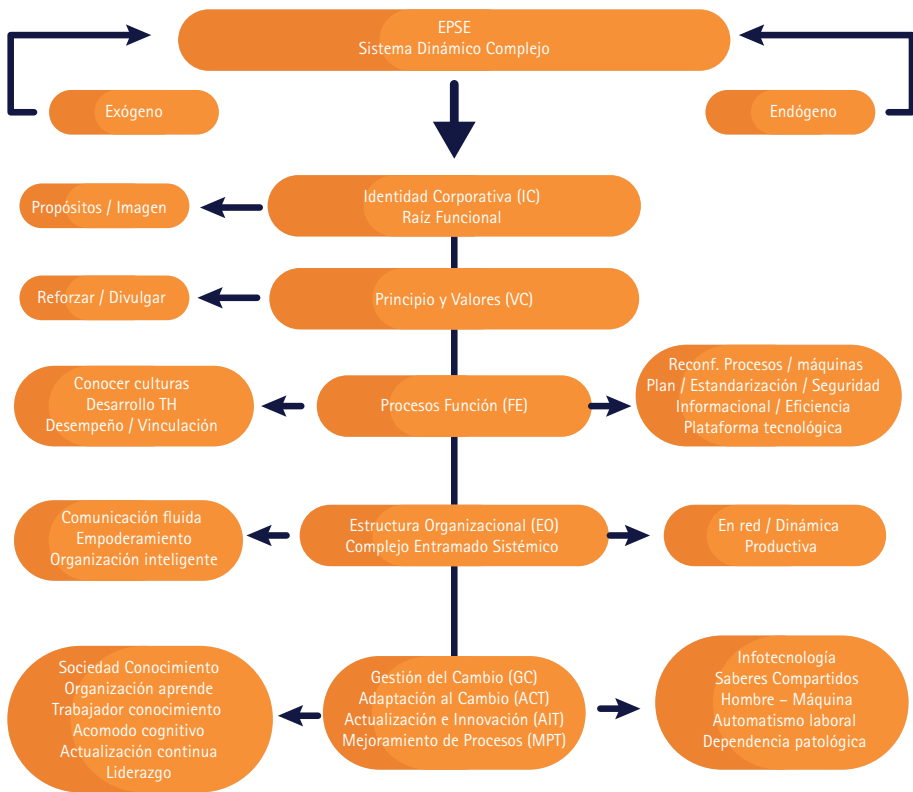


Figura 4. Perspectiva Epistemológica

Fuente: Autor, 2017.

Seguidamente nos atrevemos a postular el componente axiológico de nuestra investigación en el sentido de que no existen saberes en estado puro; por el contrario, toda forma de conocimiento está acompañada de valores y posee un componente ético que se expresa a través de la acción de las personas en su discurrir por las organizaciones. Es así como la identidad de las organizaciones parte de la definición de misión y visión que inspiran los socios fundadores o el Estado, según sean de carácter privado o público. Utilizamos el verbo “inspirar” de manera deliberada con la connotación que expresa un conjunto de sentimientos profundos que revelan estados intangibles de la conciencia; por consiguiente, descubren formas de pensamiento que se manifiestan a través de los principios y valores.

Una empresa con misión y visión formuladas, pero sin principios ni valores compartidos, sería un cuerpo sin espíritu; con este discurso tratamos de hacer comprender lo trascendente que significa “inspirarlos” en el alma de los trabajadores que han de compartirlos dentro de la organización. De hecho,

cada individuo posee los suyos; el secreto estriba en motivarlo a que debe seguir aquellos que la organización le propone sin menoscabo de su identidad personal; Guédez (2002) llama a estos conceptos: autoestima y solidaridad cuando habla acerca del sentido esencial de la ética; la primera, procede de la idea de mismidad; la segunda, de la aceptación de la otredad.

Una consecuencia de las ideas que preceden, explica la importancia de los líderes en Corpoelec; ellos están llamados a comprender los signos de inspiración de los fundadores o de los forjadores de la filosofía de gestión y comenzar a esparcirlos entre sus seguidores; por esta razón, ellos no solamente deben divulgarlos (principios, valores), sino también promoverlos como modeladores que conquistan en quienes les miran, el deseo de seguirlos e imitarlos promoviendo un estilo de liderazgo inspiracional. Existe una estrecha vinculación entre esta modalidad de liderazgo y los colaboradores, cimentada primordialmente en la diversidad. El mundo siempre fue diverso, sólo que cada vez hay más conciencia de esta condición, gracias al poder de las TIC que han permitido la visibilidad de etnias, comunidades, organizaciones no gubernamentales (ONG), grupos minoritarios, entre otros. Los nuevos tiempos requieren de líderes que reconozcan los valores del otro pero que sustancialmente divulguen los valores corporativos.

De ningún modo, la organización debe dejar al arbitrio de sus trabajadores, la elección o promoción de valores personales; no se trata de anularlos o aniquilarlos, sino de compenetrarlos, complementarlos, integrarlos, enriquecerlos y alinearlos con los valores corporativos que sostienen la columna vertebral y filosófica de la gestión. No estar claro en esta idea, dejaría abierta a nuestro entender, una grieta a través de la cual pueden penetrar antivalores que se expresen mediante el pragmatismo exacerbado o la discrecionalidad.

La sociedad informacional, estructurada en la morfología de red, tiene una enorme capacidad de penetrar la vida de quienes conviven en las organizaciones, de allí que sea un ambiente extraordinario para la divulgación y fortalecimiento de los principios y valores corporativos destinados a lograr una cultura organizacional sistémica; sin embargo, para ello es pertinente considerar que el poder de reconfiguración de los sistemas tecnológicos, responde a una lógica distinta a la complejidad que caracteriza al ser humano, quien exige tiempos de respuesta distintos; de allí que sea necesario “trabajar” los principios y valores con paciencia, pero de manera persistente. La Figura 5 ofrece una muestra gráfica de las ideas sostenidas en el componente axiológico.



Figura 5. Perspectiva Axiológica

Fuente: Autor, 2017.

Para finalizar con nuestra propuesta de aproximación teórica, consideramos el componente teleológico cuya representación gráfica se ofrece en la Figura 6, en el entendido que se refiere a la finalidad o propósito superlativo que motiva nuestra investigación, el cual no es otro que aportar, desde la intersubjetividad, apoyada en las técnicas de triangulación de fuentes, investigadores y teoría, un conjunto de ideas y conocimientos que contribuyan con la comprensión de las realidades gerenciales que se viven en las organizaciones de principios de siglo XXI, especialmente en aquellas dedicadas a proveer un servicio público vital como el de la electricidad.

También nos mueve el deseo de contribuir con la construcción de un modelo de gerencia que fije su mirada en la multiplicidad compleja de la condición humana, que reconozca la necesidad de ampliar los horizontes del mundo organizacional, para dar cabida a la dimensión bio-psico-social-espiritual de las personas, que en definitiva son quienes conforman el alma de las empresas. Nuestros aportes, en modo alguno desean erigirse en verdades absolutas, en el entendido de que la investigación científica es un proceso dinámico, cambiante y continuo. Al respecto, es oportuno decir con Popper (referido por Briones, citado) que la ciencia es una aproximación asintótica a la realidad; a su vez Kuhn (referido por Briones, citado), reconoce la presencia de factores sociológicos e históricos que impulsan la investigación científica, razón por la cual está sometida al reconocimiento y validación de la comunidad científica.

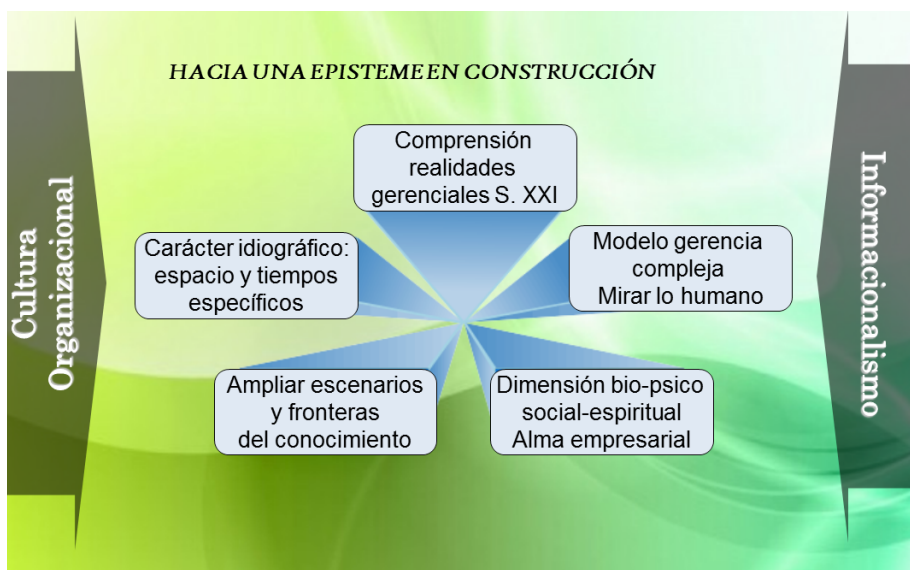


Figura 6. Perspectiva Teleológica

Fuente: Autor, 2017.

REFERENCIAS

- Aldana, M. (2000). “Reseña de La Era de la Información, realidades y reflexiones sobre la globalización de Manuel Castells”. *Espiral*. 6 (18), 285-316. Guadalajara. Universidad de Guadalajara.
- Briones, G. (2002). *Epistemología de las Ciencias Sociales*. Bogotá. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. ICFES. Arfo Editores.
- Castells, M. (1996). *La Era de la Información. La Sociedad Red*. México. Siglo XXI Editores.
- Cornejo, A. (2004). *Complejidad y Caos. Guía para la Administración del Siglo XXI*. Monterrey. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Costa, J. (2009). *Imagen Corporativa en el Siglo XXI*. Buenos Aires. La Crujía Ediciones.

- Dilthey, W. (1951). *Obras Completas*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Gadamer, H. (1975). *Verdad y Método*. Nueva York. La Prensa de Seabury.
- Guédez, V. (2002). *La Ética Gerencial*. Caracas. Centro Internacional de Educación y Desarrollo FONCIED PDVSA. Planeta.
- López, M. (2013). *La cultura organizativa como herramienta de gestión interna y de adaptación al entorno. Un estudio de casos múltiples en empresas murcianas*. Tesis doctoral. Universidad de Murcia. España.
- Márquez, E. (2008, Septiembre). "Reflexiones sobre cómo construir el proyecto de tesis doctoral desde la perspectiva cualitativa". *Tierra firme: revista de historia y ciencias sociales*. Caracas. 26, (103). Instituto Pedagógico de Caracas.
- Martínez, M. (1999). *Comportamiento Humano. Nuevos Métodos de Investigación*. México. Editorial Trillas.
- Morin, E. (1999). *Los Siete Saberes Necesarios para la Educación del Futuro*. París. UNESCO.
- Poletto, J. (2012). *Modelo de Despliegue Estratégico Interfuncional como Eje de Desarrollo de la Cultura para la Mejora de la Productividad en Empresas de Servicios*. Tesis doctoral. Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre". Barquisimeto. Venezuela.
- Poletto, J. y Sánchez, G. (2011). "Productividad y cultura organizacional en la era del conocimiento". *Revista digital de investigación y postgrado*. 1, (3), 176-190. Barquisimeto. Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre.
- Salcedo, J. (2014). *Cultura política, cultura organizacional y liderazgo gerencial. Una aproximación teórica desde la perspectiva de las organizaciones complejas*. Tesis doctoral. Universidad Fermín Toro. Cabudare. Venezuela.

Schein, E. (2006). “El liderazgo y la cultura organizacional”, en *El Líder del Futuro*. Barcelona. The Drucker Foundation. Deusto.

Sosa, O. (2012). *Gerente edificador de organizaciones espiritualmente inteligentes en las empresas del nuevo milenio*. Tesis doctoral. Universidad Fermín Toro. Cabudare. Venezuela.

Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y Procedimientos para Desarrollar la Teoría Fundamentada*. Antioquia. Universidad de Antioquia.

Suárez (2016). *Aproximación teórica a la gerencia del docente universitario enfocada en el employerbranding. Caso Universidad Centrooccidental Lisandro Alvarado*. Tesis doctoral. Universidad Fermín Toro. Cabudare. Venezuela.

Julio César Blanco Rossitto: escritor, cuentista y poeta. Doctor en Gerencia Avanzada, Universidad Fermín Toro (UFT); Especialista en Gerencia Empresarial, Universidad Centrooccidental Lisandro Alvarado (UCLA); Ingeniero Electricista, Universidad de Carabobo (UC). Premio Nacional de Poesía Freddy Hernández Álvarez (2011). Obra editada: *Multiempo Editores*, Barquisimeto, 2004; *Una Gota de Sangre Sobre las Sábanas* (relatos), *Multiempo Editores*, Caracas, 2009; *Doblar El Hierro* (poemas), Fondo Editorial del Caribe, Anzoátegui, Venezuela, 2011; *El Libro de Adrián* (antología poética), *Multiempo Editores*, Caracas, 2011; Incluido en la antología de cuentos *IX Concurso Nacional de Cuentos SACVEN 2013*, *Sacven Editores*, Caracas, 2014.

E-mail: blancorossitto@hotmail.com