

Universidad de Los Andes
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Doctorado en Ciencias Organizacionales
Grupo de Investigación de Legislación Organizacional
y Gerencia (DCO-GILOG)

La historia de la organización como proyecto de Identidad

(Tesis doctoral para optar al título de
Doctora en Ciencias Organizacionales)

Autora:

Dra. Elizabeth Avendaño Cerrada

V.-11.462.052

Tutora:

Dra. Laura Evangelina Obando

V.-10.237.169

Mérida-Venezuela, mayo de 2024

C.C. Reconocimiento



Universidad de Los Andes
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Doctorado en Ciencias Organizacionales
Grupo de Investigación de Legislación Organizacional
y Gerencia (DCO-GILOG)

La historia de la organización como proyecto de Identidad

(Tesis doctoral para optar al título de
Doctora en Ciencias Organizacionales)

Autora:

Dra. Elizabeth Avendaño Cerrada

V.-11.462.052

Dra. Laura Evangelina Obando

V.-10.237.169

Mérida-Venezuela, mayo de 2024

C.C. Reconocimiento

RESUMEN

Este trabajo tiene como propósito general construir el marco interpretativo de la historia de la organización como proyecto de identidad. A través de cinco capítulos se analiza y reflexiona sobre el porqué y para qué de la investigación, su pertinencia como puente epistémico entre la teoría y los futuros estudios de caso; la identidad en su contexto histórico, desde la filosofía antigua hasta la contemporánea; la identidad organizacional con sus aproximaciones epistémicas; la historia en el mundo de las organizaciones y su aporte desde la historia de las mentalidades; la historia oral, la historia de la organización, la historia organizacional, la gestión documental como fuente histórica y patrimonial; la importancia de la historia y el rol que desempeña la identidad en las organizaciones; y, finalmente, se plantea una propuesta para hacer de la historia de la organización un proyecto de identidad.

El abordaje de esta investigación se realiza desde el enfoque cualitativo y el método histórico; ambos bajo el paradigma interpretativo. Los resultados de la investigación revelan que las organizaciones se mantienen y consolidan en el tiempo, a través de su historia como proyecto de identidad.

Palabras clave: Identidad organizacional, historia de la organización, proyecto de identidad.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DE LA TUTORA	3
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	4
VEREDICTO	5
RESUMEN.....	6
DEDICATORIA.....	7
AGRADECIMIENTOS	8
ÍNDICE GENERAL	9
ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS	12
 INTRODUCCIÓN	 13
 CAPÍTULO I: POR QUÉ Y PARA QUÉ LA INVESTIGACIÓN	 19
1.- Eje crítico de la investigación.....	22
2.- Propósito de la investigación	25
2.1.- Propósito general	25
2.2.- Intencionalidades	26
3.- Justificación de la investigación	27
4.- El enfoque cualitativo	29
5.- El método histórico.....	31
 CAPÍTULO II: LA IDENTIDAD EN SU CONTEXTO HISTÓRICO	 37
1.- La Identidad en la Edad Antigua	39
2.- La Identidad en la Edad Media	51
3.- La Identidad en la Edad Moderna.....	55
4.- La Identidad en la Edad Contemporánea.....	60

CAPÍTULO III: LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL: APROXIMACIONES EPISTÉMICAS 69

- 1.- El concepto de identidad en el mundo de las organizaciones..... 71
- 2.- La identidad cuando las organizaciones cambian o se adaptan a la realidad 83
- 3.- La identidad organizacional en el contexto de la incertidumbre ¿Innovar o desaparecer? 95
- 3.1.- La innovación disruptiva como cultura organizacional..... 98

CAPÍTULO IV: LA HISTORIA EN EL MUNDO DE LAS ORGANIZACIONES 106

- 1.- La Historia: una ciencia para la comprensión de las organizaciones 107
- 2.- La Historia de las Mentalidades: un modo de estudiar las organizaciones 118
- 2.1.- La Historia Oral para conocer los sujetos de las organizaciones..... 124
- 3.- La Historia de la organización y la Historia organizacional..... 132
- 3.1.- La Documentación de la organización como fuente de estudio y patrimonio.. 147

CAPÍTULO V: LA HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN COMO PROYECTO DE IDENTIDAD 155

- 1.- La Importancia de la Historia *de* y *en* las organizaciones 157
- 2.- El papel de la identidad en las organizaciones 162
- 3.- Propuesta metodológica de la Historia como proyecto de identidad en las organizaciones..... 166
- 3.1.- De la gestión documental a la fuente histórica organizacional..... 167
- 3.2.- La fotografía de la organización como documento histórico 175
- 3.3. Conservación y preservación del patrimonio mueble e inmueble de las organizaciones..... 177

3.4.- El capital humano: custodio del acervo patrimonial de la organización	182
---	-----

CONSIDERACIONES FINALES	187
--------------------------------------	------------

FUENTES CONSULTADAS	194
----------------------------------	------------

1.- Bibliográficas:.....	194
--------------------------	-----

2.- De referencia:.....	202
-------------------------	-----

2.1.- En línea:	202
-----------------------	-----

3.- Electrónicas.....	203
-----------------------	-----

3.1.- Páginas oficiales de instituciones:	223
---	-----

www.bdigital.ula.ve

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

CUADROS

Cuadro N° 1 Lo que la Filosofía nos dice de la Identidad.....	68
Cuadro N° 2 Posturas sobre el cambio de identidad en las organizaciones.....	93
Cuadro N° 3 De cómo la Identidad conquista el mundo de las organizaciones	105
Cuadro N° 4 Escuelas de pensamiento administrativo	137
Cuadro N° 5 De cómo las organizaciones son y forman parte de la Historia.....	154
Cuadro N° 6 Propuesta para hacer de la Historia un proyecto de identidad en las organizaciones.....	185

www.bdigital.ula.ve

GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Enfoques epistémicos sobre la Identidad organizacional	81
Gráfico N° 2 Evolución de la Historia Económica a la Historia de la organización	146
Gráfico N° 3 Fuentes para el estudio de la Historia de la organización.....	153

INTRODUCCIÓN

Cuando la Historia irrumpe en las ciencias sociales, y específicamente en las ciencias organizacionales, se genera una construcción epistémica que valida tres campos de conocimiento: la historia, las ciencias sociales y las ciencias organizacionales. La primera, se dignifica al demostrar que está presente en cada una de las actuaciones humanas; la segunda, comprende su papel en la explicación del desarrollo de los seres humanos en sociedad; y la tercera, se nutre de los aportes de otras áreas del saber para la comprensión de su realidad.

La tríada epistémica que confluye en este trabajo es el resultado de una investigación que, desde la mirada de una historiadora, pretende demostrar que la Historia como ciencia es más que una disciplina para el relato de eventos pasados, por cuanto puede brindar enfoques para que la realidad de una sociedad y, también de una organización, sean comprendidos desde el papel que han desarrollado a lo largo del tiempo, destacando que cada acción conlleva consecuencias que fortalecen o resquebrajan sus estructuras, dentro de un tiempo y espacio determinados.

Al iniciarse el siglo XXI, la fuerza del mundo digital o virtual era indetenible; la rapidez de la respuesta a reacciones del mercado mundial no se podía controlar, mucho menos asimilar. Había nacido una dinámica organizacional atada a un

fenómeno espaciotemporal regido por las señales satelitales; y, obviamente, envuelta en una nueva *metanarrativa* histórica.

Las organizaciones fueron adaptándose a los cambios sin sacrificar la esencia de su identidad transmitida hacia los otros: el público consumidor-demandante. Su fortaleza radicó en mantenerse fiel a su historia, la cual constituía el instrumento de dominio que, a través de constructos discursivos, justificaba la percepción del poder en la organización.

En la actualidad, ninguna acción llevada a cabo pasa desapercibida bajo la lupa de la historia, lo que evidencia su importancia y pertinencia muchas veces omnipresente, puesto que también sacarla del anonimato es un asunto de relaciones de poder. La tecnología, con el auge de la virtualización tan acelerada, está haciendo que los hechos inmediatos pasen a ser mediatos, en muy corto tiempo. La velocidad de acontecimientos y cambios en todos los campos de la actividad humana, está haciendo que las organizaciones, actúen y se adapten a las circunstancias. De ahí que, la identidad puede verse en peligro, puesto que comprender la necesidad de estar a la par de los cambios, también implica acciones para actualizarse y seguir en el mercado cada vez más competitivo.

Bajo esa realidad, la investigación trazada adquiere sentido, pues al hacer de la historia de la organización un proyecto de identidad, se tienen las herramientas para afrontar los cambios, en la medida que se vayan generando. La tecnología, se quiera o no, avanza a pasos agigantados; enfrentarla y hacerla parte de la dinámica de las organizaciones les permitirá a éstas su permanencia en el tiempo. Pero no sólo la tecnología es la que está guiando el camino organizacional, las incertidumbres, por diversos motivos (pandemias, guerras, crisis energéticas, crisis climática, entre otros), también incitan a que las organizaciones tomen medidas, muchas veces disruptivas para enfrentar el futuro; pues al formar parte de una sociedad, no se está exento de dichas incertidumbres.

www.bdigital.ula.ve

Ejemplo de ello, fue la pandemia del Covid-19 que afectó, de manera global, la concepción que hasta ese momento se tenía del mundo: trastocó la realidad, dando paso a la virtualización mucho más agresiva que antes. Siendo oportuno mencionar, que esta investigación sufrió los embates de la pandemia, lo que ocasionó que se modificara el enfoque empírico pautado, es decir, el estudio de casos. La organización, objeto de estudio inicial, debió cerrar sus puertas e hizo de la virtualidad su forma de contacto con el mundo exterior (mercados, clientes, etc.), impidiendo nuestro acceso. Ante tal situación colectiva y personal, la ruta fue afrontar la coyuntura y hacer uso de herramientas epistémicas que permitieran consolidar una postura teórica sobre el problema de investigación, que se refleja en este texto.

C.C. Reconocimiento

En tal sentido, este trabajo tuvo como propósito general construir el marco interpretativo de la historia de la organización como proyecto de identidad. Su abordaje se realizó desde el enfoque cualitativo y el método histórico, ambos bajo el paradigma interpretativo. La fundamentación teórica que se presenta como resultado, puede servir de puente dialógico para cualquier investigador que quiera tomarlo como modelo y desarrollarlo desde el empirismo. En otras palabras, hacer de este trabajo un modelo a aplicar en cualquier organización.

Los resultados de la investigación se presentan en cinco capítulos. En el primero, titulado: *¿Por qué y para qué la investigación?*, se da cuenta sobre el eje crítico, los propósitos e intencionalidades; la justificación, el enfoque cualitativo y el método histórico que orientó la investigación.

En el segundo capítulo: *La identidad en su contexto histórico*, se realiza una revisión histórica del término identidad, especialmente desde la Filosofía, y se presentan los aportes más importantes desde la antigüedad griega hasta la actualidad, a los fines de comprender cómo el término de identidad se ha abordado desde lo individual y lo colectivo.

En el tercer capítulo: *La identidad organizacional: aproximaciones epistémicas*, se analiza el concepto de identidad en el mundo de las organizaciones, develándose cómo las organizaciones cambian o se adaptan de acuerdo con las circunstancias. Al

igual, se reflexiona sobre la identidad organizacional en el contexto de las incertidumbres, en cuanto a que innovar es la vía para que las organizaciones puedan alcanzar sus objetivos y no desaparecer. Siendo la disrupción otra opción de adaptación a los cambios.

En el cuarto capítulo: *La historia en el mundo de las organizaciones*, se estudia la historia como ciencia para la comprensión de las organizaciones; la historia de las mentalidades como un modo de estudiar las organizaciones; la historia oral para conocer los sujetos de las organizaciones, la historia de la organización y la historia organizacional; y, por último, la documentación de la organización como fuente de estudio y patrimonio.

En el quinto capítulo: *La historia de la organización como proyecto de identidad*, se reflexiona sobre la importancia de la historia *de y en* las organizaciones; así como del rol que desempeña la identidad en las organizaciones. Luego, se hace una propuesta metodológica de la historia como proyecto de identidad en las organizaciones, direccionada a través de varios segmentos: de la gestión documental a la fuente histórica organizacional; la fotografía de la organización como documento histórico; la conservación y preservación del patrimonio mueble e inmueble de las organizaciones; y, el capital humano como custodio del acervo patrimonial de la organización. Se presentan, además, las consideraciones generales y las fuentes de consultas.

Es pertinente señalar que, en el proceso de gestación de esta tesis doctoral, se publicaron, en revistas arbitradas y especializadas, algunos adelantos de investigación, con la finalidad de cumplir con uno de los requisitos del Doctorado en Ciencias Organizacionales, de la Universidad de Los Andes (Mérida, Venezuela), sobre la divulgación por escrito de las ideas iniciales del trabajo. De ahí que, se publicaron los artículos siguientes¹: “La identidad organizacional: hacia un estado del arte”. (2018); “Identidad organizativa y virtualización laboral: un acercamiento al tema” (2019); “La nueva historia y los estudios organizacionales: un diálogo necesario” (2021). Las ideas expuestas en dichas publicaciones fueron debidamente citadas en la presente investigación con las respectivas referencias, en honor a la transparencia y claridad metodológica. Oportuno también es mencionar, que a lo largo del trabajo se presentan los autores y escuelas de pensamiento, de acuerdo con la temática abordada, que la autora consideró importantes; de ahí que, un apartado sobre el estado del arte no fue planteado como corpus, dado que ya hubo un trabajo previo en versión artículo publicado, tal como se menciona en el párrafo anterior.

Finalmente, estamos conscientes que el trabajo apenas es una disertación que, desde las Ciencias Organizacionales, todavía tiene muchas aristas por analizar. Sin embargo, se ha trazado una ruta epistemológica.

¹ La información editorial de los artículos puede verse en las fuentes consultadas, al final de esta tesis.

CAPÍTULO I
POR QUÉ Y PARA QUÉ LA INVESTIGACIÓN

El trabajo intelectual, con el paso de los años, se convierte en un modo de vida. El conocimiento se va transformando a medida que se incursiona en otras escuelas o saberes de pensamiento. De ahí que, cada investigador va labrando su equipaje que lo hará único y diferente a otros pares. La concepción de la realidad que percibe se recrea en el imaginario de lo que desea estudiar y ofrecer a la posteridad como producto epistémico. La experiencia adquirida en la investigación, la mayoría de las veces deja a un lado –por ser implícita– la manera en la cual se han obtenido los resultados, sobre todo, los procesos que permitieron que dichos resultados o conclusiones enriquecieran las ciencias y el conocimiento universal, y muchas veces, cambiaran las posturas sobre un tema.

www.bdigital.ula.ve

Si bien es cierto, la proyección de cómo se conciben los primeros trazos de la investigación científica son de formulación inicial para el científico social, a lo largo del camino, dicha guía se va modificando. Primero, por la intencionalidad del objeto de estudio; y segundo, porque la misma dinámica de la investigación no está exenta de cambios, hallazgos y tropiezos que retrasan, suspenden o desvían la ruta. Por ello, desde las ciencias sociales, la metodología se convierte en el faro que guía, pero no por eso limita el lugar o la forma de llegar a puerto seguro.

Durante el planteamiento del problema, la interrogante medular que todo investigador se realiza, en ocasiones, “(...) no sólo responde a una inquietud académica, sino que acerca al investigador a un conocimiento mayor de su vida e identidad dentro de ese

C.C. Reconocimiento

contexto social-histórico específico en que él se encuentra” (González, 2014, 180). En consecuencia, enfrentarse a un tema de investigación desde la formación base –la Historia, en este caso– pasa por reconocer que somos minúsculos ante el conocimiento y el desarrollo de las Ciencias Sociales. Pero también, pasa por valorar el papel de la historia como campo de conocimiento que permite reconstruir un objeto de estudio con la visión científica que se maneja, con la finalidad de consolidar la transdisciplinariedad, tan necesaria en estos tiempos en los que las parcelas de conocimientos, en vez de ayudar, perjudican la amplitud de la ciencia.

Por ello, este capítulo tiene como intención servir de abreboca sobre cómo fue metodológicamente pensado y, finalmente, estructurado este trabajo de investigación doctoral. No pretende ser un recetario de métodos y técnicas, antes bien, pretende comprender la manera en la que nos acercamos a la Historia de la organización como proyecto de Identidad, de manera que el lector versado o no en las Ciencias Sociales y en las Ciencias Organizacionales, tenga la oportunidad de acercarse al tema. A través de las páginas siguientes se presenta el eje crítico de la investigación, los propósitos e intencionalidades, la justificación; así como también, los métodos y técnicas utilizadas a lo largo de este trabajo.

1.- EJE CRÍTICO DE LA INVESTIGACIÓN

Las dos últimas décadas del siglo XX representaron para la humanidad – mayoritariamente occidental– la antesala a unos cambios sociales y tecnológicos sin precedentes y sin perspectivas de detenerse. La globalización y la virtualidad como fenómenos sociales generaron nuevas formas de realidad en la cual el mercado, el trabajo y las relaciones interpersonales de antaño, casi desaparecieron para dar paso a una nueva manera de ser y comportarse desde la individualidad a lo colectivo. Las organizaciones², ni ajenas ni exentas de este proceso, tuvieron que buscar los medios y mecanismos para mantenerse; de ahí que, hicieron de la tecnología un aliado y ya bajo el mundo virtual del siglo XXI afianzaron su misión y visión ante esta realidad.

Las organizaciones cual fuere su objeto e individuos involucrados, ante la actualidad tecnológica que las envuelve, siguiendo a Bauman (2003) están presenciando la modernidad líquida, por cuanto lo estable y lo sólido de tiempos pasados, entraron en crisis, siendo la inmediatez y la incertidumbre, factores con las cuales se deben contar al momento de la planificación para la consecución de metas, a la par de las condiciones de un mercado que también ahora es volátil, incierto y mucho más dinámico.

² Hacemos nuestra la idea de que toda organización se: “(...) constituye en una herramienta o instrumento estructurado sistemáticamente por grupos de personas, agrupados mediante metodologías administrativas para lograr el cumplimiento de una misión específica, a través de metas u objetivos acogiendo los intereses de quienes los convocan” (Zuñiga, 2017, 5).

Ante esta realidad, la identidad de las organizaciones debe asirse con mayor fuerza a los elementos que les garantice ante sus pares y ante un mercado más competitivo que son únicos, sólidos y capaces de atender los requerimientos de sus clientes y sobre todo, no parecerse a otras³. Es ahí, donde la historia de la organización debería convertirse en el medio de cohesión entre la organización y las personas que hacen vida en ella, para que la Identidad tenga sentido y permitiendo que la organización se mantenga en el tiempo.

Igualmente, se tiene claro que la sociedad, y por ende las organizaciones, están transitando en un espacio y en un tiempo que ya no van de la mano. Las acciones, los cambios y las respuestas superaran la rapidez y la territorialidad de los siglos pasados. Puesto que:

La realidad cada vez exige organizaciones que se adapten al cambio con una flexibilidad y rapidez que les permita mantenerse y consolidarse en el mercado. Esto, se asume como un reto que está llevando, a muchas organizaciones, a expirar o transmutarse con la rapidez que avanza la tecnología (Avendaño, 2018, 93).

Bajo este enfoque, surge como eje crítico de la investigación hacer de la historia de la organización un proyecto de Identidad, desde un abordaje teórico que sirva de puente para que futuras investigaciones puedan problematizar el tema desde lo empírico,

³ Una analogía con el ser de los individuos la presenta García Bacca (1991).

hacia la búsqueda de la aplicabilidad, y así que sirva de modelo a seguir en el mundo de las organizaciones, para enriquecimiento epistemológico de las ciencias sociales y por ende las ciencias organizacionales. Pero, además, es importante en este momento, resaltar que su abordaje teórico implica construir los puentes discursivos entre organización, la identidad y los nexos con la historia de la organización.

Para tal fin, es importante ubicar el objeto de estudio en el contexto y, luego, a partir de las categorías conceptuales existentes, desarrollar la construcción de los rasgos epistémicos sobre el tema. En tal sentido, será necesario resolver las preguntas siguientes:

www.bdigital.ula.ve

- 1.- ¿Qué se entiende por Identidad y cómo se ha manejado el término desde la filosofía griega y su influencia en los diferentes enfoques epistemológicos de las ciencias sociales, y su incorporación en el mundo de las organizaciones?
- 2.- ¿Cuál es la diferencia entre historia de la organización o historia organizacional?
- 3.- ¿Por qué la historia de la organización es importante para la construcción de la Identidad?
- 4.- ¿Se puede hablar de la historia de la organización como Proyecto de Identidad, la cual obedece a una realidad dinámica, que valora el proceso más que el resultado?

Las preguntas que se generaron han permitido formular un propósito general de investigación que, de manera holística y científica, responda cada una de las interrogantes a los fines de lograr concretar una episteme sobre el objeto de estudio con una mirada interdisciplinaria.

2.- PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación pretende servir de fuente de trabajo y de inspiración a otros científicos sociales interesados en el tema objeto de estudio. Así entonces, El propósito general y las intencionales desarrolladas en esta tesis doctoral, fueron las siguientes:

2.1.- PROPÓSITO GENERAL

Construir el marco interpretativo de la historia de la organización como Proyecto de Identidad, a los fines de comprender su permanencia en el tiempo.

2.2.- INTENCIONALIDADES

2.2.1.- Analizar la noción de Identidad desde la filosofía griega como influencia en las diversas disciplinas y en enfoques epistemológicos de las ciencias sociales, a fin de construir su ontología organizacional, dado que va de la concepción individual a la colectiva, de ahí su necesaria revisión histórica.

2.2.2.- Interpretar el concepto de Identidad desde la teoría de la organización, y su impacto en el mundo de las organizaciones.

2.2.3.- Explicar el papel de la historia como ciencia en el mundo de las organizaciones.

2.2.4.- Analizar la importancia de la historia en la construcción de la Identidad Organizacional.

2.2.5.- Generar el marco interpretativo de la historia de la organización como proyecto de Identidad Organizacional a los fines de comprender su permanencia en el tiempo.

3.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Se llegó al punto en que defender y justificar una investigación amerita una reflexión desde la individualidad de quien la realiza hasta la solidez científica que la valide. Pues bien, la inquietud personal por un tema de investigación que permita consolidar la importancia de la Historia como disciplina en todas las demás ramas del conocimiento científico, se ha convertido, a lo largo de los años, en una necesidad que intenta hacer comprender a los pares de otras ciencias, y a quienes formamos como historiadores, que todo desarrollo de la sociedad tiene un origen y tiene una historia que ha permitido delinear el mundo actual.

www.bdigital.ula.ve

La anterior argumentación viene aunada a la satisfacción que causa el aprender y conocer nuevas formas de hacer investigaciones en Ciencias Sociales, pero también por encontrar nuevas herramientas para que la Historia en la que nos desempeñamos como profesionales, se enriquezca de nuevos aportes y reflexiones que contribuyan a romper los paradigmas; amén de fortalecer los estudios de la Historia de las Mentalidades, en los que específicamente nos desenvolvemos. Ahora, con este trabajo, la investigación histórica servirá –con toda la modestia y humildad– de punto de inflexión, y es la oportunidad para adentrarnos al mundo de las organizaciones.

En tal sentido, la historia de la organización como Proyecto de Identidad, se justifica bajo la realidad actual. Por ejemplo, a raíz del contexto generado por la pandemia (Covid-19), el mercado, el trabajo y las organizaciones, se trastocaron de manera abrupta, replanteando cada uno, su funcionalidad, su visión, su misión y sus fines. La virtualización abrió un nuevo panorama de desarrollo a nivel mundial. La pandemia demostró que una de las maneras de salir adelante, tanto individual como colectivamente, es a través del fortalecimiento de valores y conductas que actúen ante la nueva situación. Por tanto, esta investigación puede servir de propuesta teórica ante cualquier fenómeno de cambios donde se inserten las organizaciones, por cuanto, al comprender estas que en su historia está su propia identidad, lograrán actuar, proyectarse y consolidarse en el tiempo, por encima de cualquier circunstancia.

Además, porque es necesario revitalizar la historia de la organización ante la realidad actual, en la cual se está dejando a un lado el valor del pasado como medio para la rectificación de políticas, estrategias, planes, etc. La inmediatez le está ganando la batalla a los recuerdos y a los vestigios de épocas que formaron carácter e hicieron de las organizaciones, entes que motorizaron la economía y la sociedad, de ahí que esta investigación pretende llamar la atención sobre la importancia de la historia, los documentos y el patrimonio tangible e intangible de la organización.

De este modo, el interés actual de la historia y su correlación con las organizaciones es lo que motivó a llevar a cabo esta indagación, a fin de cimentar una epistemología en torno al tema en estudio, que sea de utilidad para las ciencias sociales y las ciencias organizacionales; además de ser un aporte a los estudios organizacionales.

Para el logro de las intencionalidades trazadas en esta investigación, fue necesario delimitar el enfoque y la metodología desarrollada, lo que a continuación se presenta.

4.- EL ENFOQUE CUALITATIVO

El enfoque cualitativo de las Ciencias Sociales fue el camino que hizo posible el desarrollo de este trabajo doctoral. Su aplicación en el abordaje, siguiendo a Flick (2004), parte del hecho de que la investigación en la actualidad requiere un viraje más real, es decir, no hacer del método una camisa de fuerza, sino el medio para que cualquier sujeto/objeto de estudio sea analizado con las herramientas propias de las ciencias sociales y de la disciplina en la cual se inserta el estudio, claro está, sin la égida de la teoría general la cual debe dar resultados más que esperados.

Desde el enfoque cualitativo, la investigación debe ser flexible sin perder la rigurosidad científica. La intención de cualquier investigación es permitir que los aportes enriquezcan el conocimiento y que las construcciones que se generen puedan

ser aplicadas a otros contextos y realidades, fin último de un científico. Es decir, los resultados de esta investigación desde el enfoque cualitativo, ha buscado crear un puente dialógico entre el tema objeto en estudio, y las ciencias organizacionales, de ahí que las propuestas que se han desarrollado tengan un carácter general, dado que las organizaciones, independientemente de su objeto social y dinámica, etc., tienen implícita una historia y una identidad que las hace únicas, pero no extrañas en la sociedad; y por ende, en el mercado en el que se desenvuelven.

Por ello, se debe tener claro que la investigación cualitativa “... es un campo interdisciplinar, transdisciplinar y en muchas ocasiones contradisciplinar (...) Es multiparadigmática en su enfoque. Los que la practican son sensibles al valor del enfoque multimetódico” (Lincoln y Denzin, 1994, 576), De acuerdo con nuestro objeto de estudio, consideramos que es la investigación más apropiada para alcanzar los objetivos planteados, puesto que sus características llenan nuestras expectativas, por cuanto:

Es inductiva, el investigador ve al escenario y a las personas desde una perspectiva holística, las personas, los escenarios, o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo (...) Son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio (...) Tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas (...) Todos los escenarios y las personas son digno de estudio (Taylon y Bogdan, 1986, 20).

De acuerdo con el propósito general del presente trabajo, que consistió en analizar para construir el marco interpretativo de la historia de la organización como proyecto de identidad, se hizo uso del Método Histórico el cual se explica a continuación:

5.- EL MÉTODO HISTÓRICO

Tanto las ciencias sociales como las ciencias humanas comparten el paradigma interpretativo y, por ende, el enfoque cualitativo. De ahí que, quienes se han abocado al estudio de la Historia, como componente epistémico necesario en la dinámica de las organizaciones, no han reflexionado sobre el uso del método histórico en los estudios de las organizaciones. La razón –en nuestro entender– es el hecho de que el acercamiento al objeto/sujeto de estudio se realiza a través del método científico común para todas las ciencias, lo que favorece, por una parte, la validez del análisis; y por la otra, permite el reconocimiento general.

Sin embargo, cada ciencia tiene su propio método –como se ha mencionado– y la Historia no es la excepción. Su objetivo “(...) no es hacer revivir el pasado, sino comprenderlo” (Vilar, 1999, 22). La manera de llegar a la comprensión del hecho histórico es a través del análisis de las fuentes (documentos), tomando en cuenta el tiempo y el contexto social en el que ocurrieron los acontecimientos. De ahí que la investigación histórica:

(...) es el estudio de los mecanismos que vinculan la dinámica de las estructuras –es decir– las modificaciones espontáneas de los hechos sociales de masas– a la sucesión de los acontecimientos –en los que intervienen los individuos y el azar, pero con la eficacia que depende siempre, a más o menos largo plazo, de la adecuación entre estos impactos discontinuos y las tendencias de los hechos en masas (Vilar, 1999, 47).

De acuerdo con Lara (2018), la investigación histórica forma parte de la investigación cualitativa, que tiene como principal propósito desde el análisis hasta la comprensión de los acontecimientos –en este caso, que han marcado el desarrollo de las organizaciones– en un tiempo y espacio determinado. Su fin último, es enriquecer la ciencia histórica, y, por ende, las ciencias sociales y organizacionales en las que se inserta este trabajo doctoral.

www.bdigital.ula.ve

Las características del método histórico se pueden resumir en:

(...) seguir ciertos procedimientos para plantear problemas y verificar las soluciones propuestas. Para que un discurso pueda considerarse científico debe presentar siempre la posibilidad de que sus propias conclusiones puedan ser rebatidas. El investigador debe hacer explícitos sus procedimientos. El resultado nunca puede ser considerado un conocimiento definitivo, irrefutable. La ciencia progresa gracias a la discusión de los conocimientos (Miranda, 2008,38).

Aunado a lo anterior, el método histórico contempla las etapas siguientes:

Delimitación del problema, selección de fuentes, crítica interna y externa de la fuente; análisis e interpretación, discurso histórico.⁴ Es importante mencionar que, mediante

⁴: “¿Cómo podría caracterizarse un enfoque en los estudios organizacionales desde la historia, sin el temor a que el análisis se convierta propiamente en un enfoque histórico sobre el enfoque organizacional? Sencillamente, se deben tomar en cuenta los siguientes parámetros: 1. La aplicación de la metodología a utilizar. 2. Delimitar el objeto de análisis de las organizaciones dentro de su contexto.

las operaciones lógicas y las valoraciones de juicio, se realizó una crítica externa e interna a las fuentes, propia del método histórico. De ahí lo oportuno de describir someramente cómo fueron aplicadas para esta investigación.

Siguiendo a Carreras (1980) *La crítica externa*, ubicó cada texto en su contexto, le dio su valor epistemológico, mostrando ¿cómo?, ¿por qué?, ¿para qué? y ¿cuándo? fue concebido; e incluso, permitió considerar si todavía conserva vigencia y resulta pertinente para el objeto de estudio. Mientras que, *la crítica interna*, orientó el análisis del contenido del material revisado, a fin de extraer las ideas centrales de los autores, las cuales sirvieron de apoyo en los argumentos. Aunado a ello, con el análisis cualitativo, se interpretaron las ideas que se fueron diseñando en cada capítulo para la consecución del propósito general e intencionalidades trazados. Una vez concebida la investigación, se procedió a la redacción de los capítulos que se presentan en este trabajo.

El científico social, desde su disciplina, es el responsable de divulgar el resultado de sus investigaciones para enriquecer el conocimiento, en pro de la aplicabilidad de sus

3. El discurso a emplear no debe ser el histórico sino el de las ciencias organizacionales. La historia será un telón de fondo para la delimitación espaciotemporal del tema a indagar, o incluso, un referente epistémico que ofrecerá categorías de algunas tendencias históricas. De ahí que, los aportes que deriven del relato no serán los propios de la historia, sino el de la perspectiva de las organizaciones, que es el fin último” (Aboaasi 2021, 179-180). Si bien, la propuesta de este autor es amplia, toda vez que abarca los estudios organizacionales; también es cierto, que ofrece una ruta a seguir que no dista del objeto de estudio, al instrumentar el método histórico en la comprensión de la dinámica organizacional.

resultados. Para esta investigación se aplicó el método propio del campo de conocimiento: el histórico. Pues, una de las grandes ventajas del enfoque cualitativo es que se pueden aplicar métodos correspondientes a las ciencias sociales, además de que su abordaje es teórico. El investigador, entonces, puede tratar el objeto como sujeto y viceversa, razón por la cual, la Historia y la Identidad son sujeto/objeto en la construcción epistémica de este trabajo.

En tal sentido, la presente tesis doctoral es producto de una *investigación de carácter documental*, que permitió precisar rasgos epistémicos del tema. A través del estudio y análisis de textos bibliográficos, hemerográficos, de referencia y electrónicos, que se han escrito en torno a la identidad organizacional, la historia y la historia de la organización, se planteó un constructo sobre la historia de la organización como proyecto de identidad.⁵

Siendo importante, señalar, que la construcción del discurso histórico fue posible gracias al paradigma interpretativo, es decir, desde la Fenomenología y la Hermenéutica privilegiando este último. En tal sentido, la *Fenomenología* es el

⁵ Al respecto, es necesario mencionar que a partir del capítulo III se presentan las visiones de escuelas de pensamientos, autores, entre otros especialistas que ha tratado el tema de la identidad y las organizaciones, de acuerdo con el enfoque de la investigación. De ahí que no se presente un estado del arte o de la cuestión como capítulo en este trabajo. En tal sentido, tal como se mencionó en la introducción de este trabajo, y siguiendo los lineamientos del Doctorado en Ciencias Organizacionales se publicó en el 2018, un adelanto del estado del arte titulado: “La identidad organizacional: hacia un estado del arte”. *Anuario GHRIAL*. Mérida (Venezuela): enero diciembre. N° 12, pp.85-96. Véase el siguiente link: <http://www.saber.ula.ve/anuariogrhal>. De ahí que, se consideró exponer de acuerdo al discurso y sobre todo al contenido, los aportes de otros autores, a lo largo de esta investigación.

método que reconoce la interdependencia entre el sujeto y el objeto en el proceso del conocimiento. Además de afirmar que ese conocimiento está mediado por las características sociales y personales del investigador, por tanto, no existe una realidad exterior al sujeto. Los procesos sociales dependen de la manera en que los propios actores sociales lo perciben, siendo necesario acercarnos a una interpretación más allá de lo visto. (Husserl, 1950); y la *hermenéutica*, como método que: “... parte del supuesto de que los actores sociales no son meros objetos de estudio como si fueran cosas, sino que también significan, hablan, son reflexivos” (Monje, 2011, 12), interpretan y se interesan por comprender los fenómenos que estudian.

De ahí que, el proceso hermenéutico en la investigación hace uso del lenguaje como vía de expresión para el consenso y la reflexión acerca de un objeto en estudio. Además, como el discurso científico puede generar controversias, desacuerdos en los puntos de vistas, y reacciones propias del quehacer científico, la hermenéutica permite conducir a buen puerto el análisis del trabajo; por cuanto ella:

(...) resuelve el problema que deja abierto la fenomenología mediante la concepción del círculo hermenéutico, es decir, mediante la confrontación constante, en un proceso de diálogo, en el cual los dialogantes están abiertos siempre al ser del otro, y que tiene como resultado un saber que es punto de vista en el cual ya nadie puede reclamar su cuota, su porción, porque el resultado es nuevo y es histórico (Pérez, 2011, 20).

Por ello, la hermenéutica hizo posible las reflexiones del objeto en estudio, y contribuyó al desarrollo y resultado de esta Tesis doctoral.

Así entonces, se realizó una caracterización, desde un enfoque epistémico, que implicó el reconocimiento de un objeto para abordarlo desde el punto de vista teórico y metodológico, amén de aportar ideas que contribuirán con una forma de ver la historia dentro del mundo de las organizaciones.

Finalmente, esta investigación busca que los argumentos planteados sirvan de modelo o guía para que las organizaciones puedan, a través de su historia, fortalecer su Identidad en el tiempo y bajo diversas circunstancias. De ahí que, se dejó a un lado el estudio de caso y se privilegió el estudio desde los instrumentos propios de la investigación documental. La intención es construir un puente entre la teoría y lo empírico, dejando este último enfoque para futuras investigaciones. En los capítulos que siguen se dará cuenta de ello.

CAPÍTULO II

LA IDENTIDAD EN SU CONTEXTO HISTÓRICO

www.bdigital.ula.ve

C.C. Reconocimiento

La mayoría de los trabajos científicos, tienen un sustrato filosófico. Toda vez que, a partir de ello emanan preguntas y respuestas con categorías y conceptos desarrollados desde la antigüedad hasta la actualidad. Las cuales permiten comprender al individuo, la sociedad y las instituciones que discurren dentro de un tiempo y un espacio histórico, dando cuenta de una realidad: cultural, política, social, económica, organizacional, etc.

De ahí que, la Identidad, como elemento propio e innato de los seres humanos, ha formado parte de las disertaciones filosóficas desde la antigüedad, mayoritariamente del mundo griego, la cual se mantuvo a lo largo de los siglos, y que las sociedades occidentales heredamos. No en vano, hoy en día, la Identidad se mantiene como elemento fundamental que nos ayuda a comprendernos como entes individuales en armonía con el conjunto social del que formamos parte.

Para estudiar la Identidad, como una cualidad que nos permite compararnos y distinguirnos de los otros, resulta necesario abordarla desde dos categorías de la dimensión filosófica que coadyuvan en la comprensión del ser: La epistemología y la ontología. La primera, ilumina el sendero de lo que podemos conocer; la segunda, arroja luces sobre lo que existe en el mundo real, independientemente de nosotros.

Atendiendo a nuestros propósitos investigativos, en el presente acápite, la Identidad será abordada desde el enfoque epistemológico. En consecuencia, se direccionará a partir de un somero recorrido desde la filosofía griega hasta la contemporánea. De este modo, se espera comprender la Identidad como una categoría analítica que influye, de manera neurálgica, en la construcción del conocimiento de las diversas disciplinas y enfoques de las ciencias sociales, para luego entender cómo logra su inserción en el mundo de las organizaciones. Intencionalidad que permitirá conocer el contexto y definir la Identidad como objeto en estudio.

1.- LA IDENTIDAD EN LA EDAD ANTIGUA

Referirse a la antigüedad griega, y en especial de su filosofía como un momento homogéneo, es una labor un tanto compleja. Pues, nada más de la época de Parménides (siglo VI a.C) a Aristóteles (siglo IV a.C.), transcurren doscientos años y se fundan muchas escuelas filosóficas con diversas concepciones sobre el hombre y el entorno que lo rodea. En esa línea de tiempo, es palmario observar los primeros pensadores eleatas (a los que pertenece Parménides) hasta las escuelas helénicas.

Los eleatas, también llamados presocráticos, eran filósofos de la naturaleza (*peri physis*) y los últimos, sobre todo después de Sócrates, eran metafísicos, concentrados en problemas como el bien común, la justicia, la verdad, y ahí entra una posible

necesidad de reflexionar sobre el individuo como *ente* dotado de un *Logos* (razón, pensamiento y lenguaje), el cual requería un referente lógico, ontológico y epistemológico que le permitiera identificarse a sí mismo (mismidad), y distinguirse de los demás (otredad), pero, a su vez, sin dejar a un lado los rasgos *identitarios* colectivos que lo vincularan con el entorno cultural⁶.

Es decir, el problema del pensamiento griego, en general, sería definir ¿qué es lo que hace que una persona sea lo que es?, ¿qué la diferencia de otras personas y de otros seres?, y, ¿qué la une con ellos?

Por ende, los filósofos griegos desarrollaron diversas teorías sobre la Identidad personal, desde el dualismo platónico entre el alma y el cuerpo, hasta el monismo aristotélico entre la forma y la materia, pasando por el atomismo de Demócrito y Leucipo, el escepticismo de Pirrón y los estoicos, o el hedonismo de Epicuro. Estas teorías influyeron en el pensamiento occidental posterior y en otras culturas. Sin embargo, es entre los siglos III d.C. y VI d.C. cuando del latín tardío surge el vocablo *Identitas*, evocando al conjunto de atributos propios de un individuo o de un colectivo

⁶ La concepción de que no es lo mismo *lo lógico* que *lo ontológico* y *lo epistemológico* proviene de una orientación de orden hermenéutico. La palabra griega para designar Identidad, desde la perspectiva lógica del Principio de Identidad, es *tautótes*. Esta es una categoría lógica que se resume en que $A=A$, y no hay modo en que esto no sea cierto. Mientras que la noción de Identidad personal, que se encontraba muy vinculada al *Kosmos* (el mundo al que pertenezco y el cual habito) y a la *patria* (la cultura compartida con mi comunidad) y que, por lo tanto, le da sentido y valor a la existencia propia, es lo que los griegos llamaban *ethos*, y que, de algún modo, es una forma de Identidad en cuanto a referente. Visto así, Identidad en español traduce dos sentidos, que, aunque están cercanos, no son lo mismo.

que lo caracteriza frente a los demás (*Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, 2001); vale decir, alude a los rasgos que determinan su ser, su unidad en sí mismo.

Ahora bien, la palabra latina *identitas* se puede asimilar a varios de los sentidos de la palabra griega *tautótes*. Por ejemplo, *identitas* significa lo mismo que *tautótes* en el sentido de principio lógico de Identidad, es decir, que toda entidad es idéntica a sí misma. También, significa lo mismo que *tautótes* en el sentido de Identidad personal, es decir, el conjunto de rasgos propios de un sujeto o de una comunidad. Sin embargo, *identitas* no significa lo mismo que *tautótes* en el sentido de Identidad vinculada al *kosmos* y a la patria, ya que esa es una concepción específica de los filósofos griegos. Para expresar esa idea, los latinos usaban otras palabras como *mundus* (mundo) o *patria* (patria).

Siguiendo a Costa (1991), esa unidad representa el propio ser o ente, (lo que es, existe o puede existir), amén de su esencia, su valor y su forma. La Identidad, entonces, es la relación permanente *entre el ser y el modo de ser* reflejados en todos los rasgos únicos (auténticos) que distinguen a un individuo de otros. Esta idea sobre *el ser y el modo de ser* nos lleva a rememorar la Escuela de Megara⁷ que propuso la ontología modal donde se designan las formas de ser. Lo interesante de esta escuela ontológica

⁷ Véase: Gardella (2024).

es que no hay un ser único, o una esencia del ser inmutable y eterna: existen son modos de ser modales que se refieren a la relación entre el ser y el no-ser.

Para Hartman (1986), existen cuatro *formas de ser modales*: el *ser necesario* es el que no puede no-ser, es decir, el que existe por sí mismo y no depende de ninguna condición. El *ser contingente* es el que puede no-ser, vale decir, el que existe por alguna causa o razón y depende de ciertas condiciones. El *ser posible* es el que puede ser o no-ser: existe en potencia y depende de la realización de ciertas condiciones. El *ser imposible* es el que no puede ser ni no-ser: no existe ni en acto ni en potencia y contradice las condiciones del ser.

www.bdigital.ula.ve

Las prenombradas *formas de ser modales* se aplican a todos los modos de ser posibles (real, ideal, irreal y aparente), pero con distintos grados y sentidos. Por ejemplo, el *ser real* puede ser necesario o contingente según su grado de independencia o dependencia respecto a otros entes reales. El *ser ideal* puede ser necesario o contingente según su grado de coherencia o incoherencia respecto a otras esencias ideales. El *ser irreal* puede ser posible o imposible según su grado de conformidad o inconformidad respecto a las leyes del ser real o ideal. El *ser aparente* puede ser posible o imposible según su grado de verosimilitud o falsedad respecto al conocimiento humano (Hartman, 1986). Pero, a su vez:

Las maneras del ser dependen siempre del momento del “ser ahí”, siendo las especificaciones o maneras de éste. Más a la oposición de las maneras del ser y la de los momentos del ser se añade aún como tercera la oposición de los modos del ser. Pues dentro de cada manera del “ser ahí” hay a su vez la distinción del ser posible, del ser efectivo y el ser real, así como los términos negativos correspondientes, al ser imposible, el ser inefectivo, y el ser contingente. (Hartman, 1986, 2).

De acuerdo con lo anterior, la Identidad se relaciona con los *modos de ser modales* y los *modos de ser posibles* de la manera siguiente: El *ser necesario* tiene una Identidad absoluta e inmutable, es decir, no puede cambiar ni perder sus rasgos esenciales. El *ser contingente* tiene una Identidad relativa y mutable, es decir, puede cambiar o perder algunos de sus rasgos accidentales. El *ser posible* tiene una Identidad potencial e indeterminada: puede adquirir o dejar de tener ciertos rasgos según se realice o no. El *ser imposible* tiene una Identidad contradictoria e inexistente: no tiene ni puede tener ningún rasgo coherente. El *ser real* tiene una Identidad empírica y fáctica: sus rasgos se basan en la experiencia y los hechos. El *ser ideal* tiene una Identidad racional y normativa: sus rasgos se basan en la razón y los valores. El *ser irreal* tiene una Identidad imaginaria y ficticia: sus rasgos se basan en la imaginación y las ficciones. El *ser aparente* tiene una Identidad ilusoria y errónea: sus rasgos se basan en la ilusión y el error.

En tal sentido:

La identidad se refiere tanto a los sujetos como a los objetos en cuanto son “en sí mismos”, con una consideración que prescinde del sujeto que los contempla⁸. Cuando se habla de la “identidad del sujeto” se considera -tanto

⁸ Esta idea alude a la Identidad como categoría ontológica.

en la mentalidad griega como en la latina- que el sujeto (*subjicere*: yacer debajo o poner debajo) es lo que permanece debajo de los accidentes; pero permanece –al menos en parte, con identidad parcial⁹– siempre igual, de modo que lo que era antes lo es ahora, aunque cambian los accidentes o apariencias. Y se lo puede recordar así, y llamar así, porque es así. Hay “autentidad” o autenticidad o identidad, porque se da un sujeto que es y es relativamente permanente en su sustancia o esencia o ser, aunque realice actos por los cuales se modifica en su parte accidental (Daros, 2005, 33).

Este carácter de autenticidad es lo que diferencia a un individuo de otro, independientemente del momento social en el que se desarrolle. Esto se puede explicar muy bien con la ontología modal, porque la autenticidad es una relación de necesidad y posibilidad en el caso del *ser real*. El *ser aparente* y el *ser irreal* no pueden tener autenticidad por los grados de relación con la posibilidad y la necesidad. De ahí que, en los griegos “...se expresaba mediante el adjetivo y pronombre (mismo, lo mismo;) con función de demostrativo, lo que equivale, en latín a *ipse* (él mismo); o bien a *idem* (éste al que estoy indicando, éste y no otro)” (Daros, 2005, 32).

Se considera que fue en el verso 29, del fragmento “Opiniones de los mortales”, del poema de Parménides,¹⁰ titulado posteriormente “Sobre la naturaleza”, en el que se menciona por primera vez la Identidad. Ésta, se refiere a:

⁹ Es decir, la Identidad modal relativa a los cuatro modos de la ontología modal, ya señalados.

¹⁰ Parménides, filósofo nacido aproximadamente en el año 515 a.C. en la ciudad griega Elea, actualmente Velia. Era hijo de Pires. En el 450, acompañado de su discípulo Zenón, visita a Atenas. Su poema es “(...) una composición relativamente breve. Lo que la tradición nos ha salvado de él son ciento sesenta y una líneas, agrupadas en veinte fragmentos; de esas líneas, 146 son hexámetros completos, 9 incompletos y hay además 6 versos en una traducción latina” (Zubiria, 2016, 3).

La inmovilidad del ente (...) (como) la de lo idéntico, entendida tal identidad no como mero principio formal, “lógico”, válido para toda cosa ($A = A$), porque ella, en este caso, diferencia el “ente” de cuanto no es él. El ente permanece siempre no sólo igual consigo mismo, más allá de toda diferencia de tiempo y lugar, sino también “en lo mismo” – i.e., en un “donde” que no es un lugar diferente del ente, y que ni siquiera es un lugar, sino un estado por lo que la identidad aparece vinculada de manera inmediata con la inmovilidad– en relación consigo mismo. Así concebida, la identidad sólo puede ser un predicado de “lo que es”. No se trata ya de aquella que religa lo que debe ser inteligido con lo que debe ser, sino la identidad de “lo mismo en lo mismo y en relación consigo mismo” (Daros, 2005, 73).

Para Parménides, considerado como el padre de la metafísica occidental, el ente es único, inmutable y eterno, lo que es, es, y no hay modo de que no sea; y lo que no es, no es, y no hay modo de que sea. No se puede pasar de la nada al ser. De allí toma Aristóteles el principio lógico de Identidad.

www.bdigital.ula.ve

Ahora bien, debemos acotar que hubo escuelas griegas antagónicas¹¹, como la de Megara –antes señalada– que explica la existencia de varios modos de ser, y, por tanto, varios tipos de ente. En cada uno de estos la Identidad cambia, no es inmutable, porque entran en juego la posibilidad e imposibilidad, la necesidad y la contingencia.

Heráclito, otro pensador antagónico a Parménides, consideraba que la Identidad es el equilibrio y la armonía de los opuestos, manifestados en el cambio y el movimiento constantes del ser, que es múltiple, temporal y dinámico. El ser cambia y deja de ser, porque eso implica el devenir, que es la realidad. Por tanto, la Identidad es la tensión relativa entre el ser y el no-ser, que se expresa en la fórmula “todo fluye” (*panta rei*).

¹¹ Lo que demuestra que en Grecia hubo muchas formas de concebir al Ser; por ende, la Identidad.

En el mundo griego, otros filósofos también tuvieron como preocupación el conocerse a sí mismos. No en vano, Sócrates dejó para la posteridad sus reflexiones sobre el saber y la interioridad, de ahí su frase: “Son muchos los que creen saberlo, aunque no sepan nada o casi nada”¹² (Platón, 1871, 58). Según dicho filósofo, los hombres de su tiempo debían seguir los preceptos de Delfos: “conócete a ti mismo”.

La búsqueda de la verdad es lo que debe prevalecer por encima de la búsqueda de los bienes terrenales, pues, lo primero, dignifica y agrada a los dioses; en cambio, lo segundo, forma parte de las necesidades de la República. Sus detractores vieron en él un individuo que con sus enseñanzas perturbaba el sentir de los hijos de familia. Más allá de eso, la necesidad del conocimiento del Ser humano y su conducta, serían en la filosofía socrática una constante hasta el final de su vida.

El conocerse a sí mismo representaba:

(...) saber qué se quiere. Dado un autoconocimiento de este tipo, habrá que deducir que su objeto, nuestra persona o identidad transtemporal, no es pese a todo, una identidad monolítica, “una es inalterable”. Al revés por surgir de un qué quiero, ha de ser una identidad en continua reconstrucción. Todo lo que hace parecer “una” a la identidad moral es su estructural modo de estar abierta a la diversidad. Lo que la hace parecer “fija” es su habitual manera, también de estar pendiente de lo nuevo, sólo ella tiene, en rigor, futuro. La identidad moral, a diferencias de otras, es comprensiva de lo uno y de lo otro: de la pluralidad y del cambio. (Bilbeny, 1998, 57).

¹² Con el paso del tiempo se hizo más común utilizar “Yo solo sé que no sé nada”, frase apócrifa que le atribuyen a Sócrates. Consideramos que puede ser una reinterpretación de la versión de Platón en la apología a Sócrates antes señalada.

De este modo, en el mundo filosófico griego se desarrollaron los temas que formarían parte de la argumentación universal: realidad, dialéctica, conocimiento (*episteme*); opinión (*doxa*); experiencia (*empireia*). La virtud y el buen vivir y el bien como valores éticos.

Según Platón, el reconocimiento de la existencia de la idea del Bien es una condición innata de los seres humanos. Pues, la “Luz de la inteligencia, (...) hace posible que el hombre que la intuye sea él y siga siendo él mismo” (Daros, 2005, 21). No obstante, en la filosofía platónica: “Las ideas (los entes) pueden ser a su vez por medio de la propia (idea del Ser) (idea del Bien), condición general y fundamento del todo de las ideas” (Heidegger, 1990, 31).

De una sola idea dimana tanto el análisis como la comprensión de una diversidad de realidades. Para Platón, el que intuye el bien, solo puede tender hacia él, lo que hace que su vida sea valiosa. Para él, sólo los filósofos tienen acceso a esa intelección del bien que es siempre racional, a través de la participación en el logos universal por medio de una especie de recuerdo de la existencia antes de la *anamnesis* que ocurre antes del nacimiento. Pero la Identidad es un problema contingente, pues, Platón divide el ser en alma y cuerpo. El alma es universal y participa del bien universal, mientras que el cuerpo es absolutamente contingente, por tanto, no existe Identidad del alma con el cuerpo.

Es complejo, pero ese dualismo pasa a la tradición cristiana. El alma viene de un más allá y regresa a él, este es un mundo temporal y contingente, el alma y el bien son esencias eternas y atemporales (en el sentido de Parménides), la relación entre cuerpo y alma es temporal y de contingencia.

Por su parte, Aristóteles, siguiendo a Navarretes-Cazales (2015) consideraba que la experiencia humana es lo que da sentido a la vida, y que la Identidad es un principio innato del Ser, al permitir al individuo ser idéntico a sí mismo. En términos matemáticos, arguye este filósofo, la relación es: A es igual que A; por tanto, diferente a B; dado que A es único e indivisible. El principio de la contradicción, entendido como que “el ser, es un ente que es, pero al mismo tiempo puede ser que no sea”; (3) pareciera un juego de palabras, pero su sentido y argumentación superó las barreras del tiempo, y ha sido tomado como categoría fundamental al momento de comprender el Ser y la Identidad que lo define y determina como único.

Además, la frase “*Puede ser que no sea*” es la representación de la contingencia, puesto que, sólo los seres contingentes pueden ser o no ser. Los necesarios deben ser por fuerza. Por eso la escuela de Megara introduce los modos de ser, que básicamente introducen el tiempo en el Principio de Identidad, algo solo puede ser $A=A$ en un momento dado. La Identidad, a fin de cuentas, es histórica, porque algo es algo en un momento y en un lugar específico. Para Aristóteles:

(...) el Ser se entiende de lo que es accidentalmente o de lo que es en sí, porque accidentalmente alguien puede ser albañil, pero también profesor, periodista o político, pero en sí es un hombre. Esto significa que **el Ser tiene muchos sentidos**, se dice de muchas formas, pero formas que participan de una y primera que las unifica: la entidad, o sea, lo que es en sí. (Negritas nuestras) (Navarretes-Cazales, 2015, 5)

“El ser tiene muchos sentidos” o muchos modos de ser, algunos contingentes y otros necesarios, yo puedo ser obrera o profesora de historia (eso siempre será contingente), pero por necesidad soy la tercera hija de Elvia, eso no cambia. En consecuencia, la Identidad puede tener rasgos contingentes, relativo a los modos de ser, y necesarios, los que no cambian.

Así también, Aristóteles “(...) habla de la posibilidad de la Identidad del ser del ente y del ente mismo y, por tanto, de todo ente, (un hombre o el hombre, una lengua o las lenguas, un mundo histórico o la historia misma, una etnia o la cultura como tal, una belleza y/o de lo bello, etc.)” (Navia, 2008, 26). Esto constituye un punto de inflexión en las deliberaciones acerca del Ser, puesto que se pueden ejercer muchos roles, sin que el individuo pierda su esencia, o en términos aristotélicos, su ente, lo que es en sí.

En las escuelas de pensamiento griego helénicas o tardías, los estoicos son quienes atienden el tema de la Identidad, desde la vida interior de los individuos, y le dan sentido a través de la moral. Se puede decir que continúa el estudio del Ser bajo el conocimiento de sí mismo. Los atributos para ello son: la libertad interior, el control de los deseos, y la vida libre sin temores.

Siguiendo a Rojas (2019), para la concepción estoica, el alma tiene la propiedad de proyectarse y la capacidad de describirse como una entidad con cualidades propias que permanecen a lo largo de la vida, pero que, además, la hacen única con respecto a otras almas. De acuerdo con las circunstancias y el contexto en el que se desarrollan, pueden tener características de otras almas, puesto que la convivencia por un determinado momento las hace tomar referentes conductuales, propias del momento. Esto es interesante, porque no se niega para los estoicos la unicidad del alma, su esencia, su Identidad. Lo que se adelanta en la argumentación es que se amolda a las necesidades del entorno; por ende, la línea que lo identifica es la moral como referente.

www.bdigital.ula.ve

En tal sentido, la Identidad, como tema filosófico en el mundo clásico o griego, con posturas tan divergentes, logró un referente: “No sólo desde el punto de vista gnoseológico (saber qué sé yo y qué no sé) sino también de la moral (saber quién soy yo, si soy el mismo, responsable de mis acciones y si lo seré después de muerto)”. (Daros, 2005, 21). De este modo, la búsqueda de un conocimiento sobre sí mismo, y lo que me hace diferente a otros, surgió de la misma necesidad por comprender que hay valores éticos, experiencias y conocimientos que identifican a unos individuos y los separa.

Indudablemente, las preguntas arribas planteadas, sobre la comprensión del Ser, son uno de los grandes aportes de la filosofía griega al mundo que se abría camino: nueva época, nueva sociedad, pero, sobre todo, nuevos individuos. La profundidad de las reflexiones de los filósofos helenos de la antigüedad hizo que, desde entonces, los estudios sobre el Ser tomaran como base primigenia sus argumentaciones.

2.- LA IDENTIDAD EN LA EDAD MEDIA

En vísperas de la Edad Media, San Agustín, Obispo de Hipona, sería el responsable de comprender *El sí mismo* desde la Identidad de los individuos a través de la ética y la teología. Sus basamentos partieron de las relecturas del pensamiento platónico sobre la interioridad del Ser, pero pensadas desde la cristiandad. En tal sentido, consideró que una persona sólo necesita revisar su interior, su alma para encontrar su verdad; pues, en el alma residen todas las respuestas sobre la naturaleza inmutable del Ser. Las vivencias humanas son parte de la vida; la esencia se mantiene en el interior. De ahí que las circunstancias pueden alterar la vida, pero el control y la sabiduría del alma en cada individuo es lo que los hace únicos. El alma es garante de la verdad, pero para llegar a ella, es necesario conocerse a sí mismo, vía directa para la Identidad y permanencia del hombre siempre apegado al amor de Dios. Quien se busca a sí mismo, encuentra a Dios. No obstante, San Agustín consideraba que:

(...) el aprender a conocerse implica serios riesgos. Supone despertar de un largo letargo en que la mayoría de la población vive inmersa. Conocerse a uno mismo supone empezar a valorarnos tal como somos, con nuestros defectos y nuestras virtudes, abrazando ciertos conceptos como el de imperfección o finitud (Arenas, 2019, 7).

De acuerdo con San Agustín, el camino hacia el interior del ser, del Alma, sólo es posible si el hombre tiene claro que necesita a Dios, quien, a través de su gracia, puede darle fuerzas de voluntad para actuar con inteligencia cuando lo requiere, mecanismo necesario para distinguir el bien y el mal¹³.

Si bien es cierto, con San Agustín se inició la reflexión filosófica bajo la religión cristiana, es en la Edad Media que tuvo su desarrollo. Fue una época dominada por el pensamiento religioso, en el cual se contemplaba que sólo era posible explicar el comportamiento de la sociedad de acuerdo con los designios del Todopoderoso. (Daros, 2006). Unos años después, en Boecio y en Santo Tomás de Aquino, la búsqueda de Dios, su presencia e inmanencia como único e indivisible, tuvo la explicación a través de la concepción de que la persona es sustancia individual de naturaleza racional.

Para Martín (2009), lo que diferencia a una persona de otros seres vivos es la razón. La capacidad de raciocinio es la sustancia incompleta que requiere la conexión natural con el cuerpo. Argumentación que, si bien es cierto, explica el dogma de la

¹³ Una reflexión interesante de lo planteado se encuentra en Meana (2016).

Santísima Trinidad, Padre, Hijo y Espíritu Santo, no está alejado de lo que en su tiempo los estoicos expresaban con el conocimiento del hombre a través de la búsqueda de su interioridad. Se comprende entonces, que, en la Edad Media, el *conocimiento del Ser* vio en la teología cristiana la fundamentación necesaria para la explicación de los comportamientos individuales, marcados por los propósitos de Dios.

Es importante no caer en paralelismo entre el conocimiento del Ser e Identidad como si fueran un mismo concepto. El conocimiento del ser no siempre es relativo al propio ser, ni en la antigüedad griega ni en la Edad Media. Luego viene esta reflexión ontológica de orden metafísico y trascendental, que solo llegó con Parménides, Sócrates y Platón, sobre el ser que tiene que ver con la esencia inmutable y permanente de las cosas (el ser, el bien, el *kalokagathos*) para los griegos, para los cristianos, obviamente Dios.

Recordemos que, para los griegos, el conocimiento del ser se ocupa la ontología, y esta se puede definir como la reflexión sobre todo eso que existe en la realidad, todo lo que hay en el mundo y sobre cómo las cosas son lo que son y dejan de serlo para ser otra cosa. Como se observa, en estos casos, la reflexión sobre el ser, de manera ontológica, no necesariamente tiene que ver con el propio ser, ni con conocerse a sí mismo.

En la Edad Media, hubo algunos teólogos que plantearon una suerte de panteísmo, cercano a Parménides y a Platón, de acuerdo con el cual, nuestra alma participa de la naturaleza divina, lo que introduce una dualidad y una contradicción en el Principio de Identidad, de cómo se puede ser un individuo único y diferente a todos los otros, y, al mismo tiempo, ser parte de la naturaleza divina, o sea de Dios. Ese es un problema que se estudió mucho en la naturaleza, en torno a entender si los seres humanos venimos o no venimos de Dios, y compartimos o no su naturaleza¹⁴.

En tal sentido, en esta época histórica, la Identidad fue concebida como:

(...) la unidad permanente o de la sustancia, en relación a sus articulaciones o partes que la componen y que pueden variar. En este contexto, un sujeto humano es idéntico por poseer la unidad y permanencia de la persona, no la permanencia perfecta de todas sus partes (...) Alguien es él y no otro, por lo que es; pero, al mismo tiempo, es él porque se distingue de otro que lo origina. Por esto, una persona es “indivisa y divisa”: es individuo (no dividido en sí, uno en sí y él mismo), pero dividido y distinto de todo otro individuo. En la concepción cristiana, Dios crea a cada alma y ella es irreplicable, solo ella y no otra en cuanto permanece: es idéntica a sí misma (Daros 2005, 24).

Esta concepción religiosa de la Identidad, tal como se ha señalado, obedece a una realidad o contexto en la que la Iglesia Católica, Apostólica y Romana tenía inherencia en las corrientes de pensamiento. Elementos como la no indivisibilidad del individuo y la distinción de unos con respecto a otros que sobrevivieron al paso del tiempo. No debemos olvidar que la noción de evolución implica avance, y pues no

¹⁴ En la actualidad se consideran discusiones bizantinas de las que no vamos a profundizar, sin embargo, es necesario mencionarla, por cuanto en su época fueron importantes.

hay tal cosa en la filosofía, no se supera ninguna teoría filosófica, sólo se superponen; de ahí que categorías de análisis (preocupaciones epistémicas) se conserven en la evolución de la humanidad.

3.- LA IDENTIDAD EN LA EDAD MODERNA

En el siglo XVII, con la filosofía racionalista, *el Ser y la Identidad* volvieron a las arenas de la meditación analítica, de la mano de René Descartes, John Locke y David Hume, quienes aportaron nuevas concepciones, reflexiones o respuestas acerca del conocimiento del Ser y la Identidad que subyace en él. Es importante resaltar que las argumentaciones de estos pensadores dan para un trabajo mayor que superaría el objetivo aquí planteado. No obstante, solo se analizará, grosso modo, algunas de sus ideas, puesto que servirán de fundamentación teórica para los acápites siguientes.

Para Descartes, considerado el padre de la filosofía moderna, la capacidad de pensamiento de los individuos es el atributo más importante que diferencia a unos con respecto a sus iguales, debido a que la acción de pensar no puede separarse de la existencia misma del Ser. La frase lapidaria que resume su episteme en “*Pienso, luego existo*”, la explica en sus meditaciones filosóficas de esta manera:

Yo soy, yo existo: esto es cierto; pero ¿por cuánto tiempo? A saber, por el tiempo que piense, porque tal vez sea posible que si yo dejara de pensar, cesara al mismo tiempo de ser o de existir (...) por lo tanto no soy, hablando con precisión, sino una cosa que piensa, es decir, un espíritu, un entendimiento o una razón”. (Descartes, 2011, 172).

Lo que dice Descartes, no es que exista una necesidad de existencia del yo supeditada a la capacidad de pensar. Lo que hace es un silogismo, dice: si algo piensa es porque existe. Yo sé que estoy pensando, por tanto, pienso, ergo, porque pienso sé que existo. Yo, en tanto ser, soy contingente, puedo ser o no ser en determinado momento. Pero mientras piense necesariamente soy. Sólo en el caso de la duda metódica él afirma que el pensamiento es lo que demuestra la existencia de la propia consciencia. Pero luego de esta existencia, en tanto ser racional, es capaz de derivar la demostración de la existencia del mundo e incluso de los conceptos lógicos y matemáticos. De ahí que la Identidad del individuo, o del sujeto, en términos cartesianos, está determinada por la condición innata de que somos uno solo a partir, primero de la existencia misma; y segundo, en que para que seamos, el pensar es lo que domina. Entonces, el sujeto es una sustancia pensante, permanente e idéntica.

Por su parte, Locke –considerado como uno de los padres de la filosofía política liberal– toma de la filosofía cartesiana la idea de sustancia para acercarse al concepto de Identidad. Cabezas (2016) sostiene que la “sustancia es tan solo una explicación razonable a por qué se dan unidos los atributos que observamos y que atribuimos a una determinada entidad” (120); dicha sustancia es la percepción que se tiene sobre la

sustancia misma por inferencia. Esa entidad tiene dos esencias: una nominal, la que se concibe cuando se piensa en una cosa; y la real, cuando la entidad o la cosa es. De ahí que, el asunto no es el ser de las cosas, sino la forma en que son concebidas. Es decir:

(...) una cosa en un lugar determinado, durante un instante de tiempo, tenemos la certeza, sea la cosa que fuere, de que es la misma cosa que vernos, y no otra, que al mismo tiempo exista en otro lugar, por más semejante e indistinguible que pueda ser en todos los demás aspectos. En esto precisamente consiste la identidad, es decir, en que las ideas que les atribuimos no varían en nada desde el momento en que consideramos su existencia previa, y con las cuales comparamos la actual. Porque, como jamás encontramos, ni podemos concebir como posible, que dos cosas que sean de la misma especie existan en el mismo lugar y al mismo tiempo, concluimos, de manera acertada, que cualquier cosa que exista en un lugar cualquiera y en un tiempo cualquiera excluye todo lo que sea de su misma especie, y que, por ello, esa cosa estará allí en solitario. Por ello, cuando preguntamos si una cosa es la misma o no lo es, siempre nos referimos a algo que tuvo su existencia en un tiempo y en un lugar dados, y que en ese momento era seguramente lo mismo consigo mismo y no distinto (Locke, 1985, 107).

La cita anterior da cuenta de la concepción de Locke sobre la Identidad, y que luego desarrollará para concebir la Identidad de las cosas, la sustancia y la Identidad personal, llegando a señalar que la misma tiene su razón de ser desde el mismo momento en que “(...) los espíritus finitos han tenido un tiempo en cada uno determinado y un lugar para empezar a existir, la relación en ese tiempo y lugar, mientras exista, siempre determinará para cada uno de ellos su identidad” (Locke, 1985, 107).

Ahora bien, para Hume, todo lo que sucede en la mente es producto de una percepción acerca del fenómeno, siendo la percepción la cualidad innata en la Identidad. Sin embargo, asevera que la Identidad personal es un problema desde lo mental. Problema que parte por: “saber qué es lo que hace que atribuyamos una identidad a un flujo de percepciones y que es lo que hace que distingamos las percepciones que soy yo de las que no soy” (Cabezas, 2016, 20). De ahí surge la argumentación, en que la memoria juega un rol importante, por cuanto la percepción hacia el yo cambia con los años, dado que los recuerdos se pierden o permanecen de acuerdo con lo percibido. Así entonces, se comprende que:

Como la memoria por si sola nos hace conocer la continuidad y extensión de esta sucesión de percepciones, debe ser considerada, por esta razón capitalmente, como la fuente de la identidad personal. Si nouviésemos memoria, jamás podríamos tener una noción de la causalidad, ni, por consecuencia, de la cadena de causas y efectos que constituyen nuestro yo o persona. Sin embargo, habiendo adquirido esta noción de causalidad por la memoria, podemos extender la misma cadena de causas y, por consiguiente, la identidad de nuestras personas más allá de nuestra memoria, y podemos comprender tiempos, circunstancias y acciones que hemos olvidado enteramente, pero que suponemos en general que han existido (Hume, 2001, 197).

Aunado a lo anterior, Hume (2001) consideró que una persona puede modificar sus pareceres, carácter, al igual que sus ideas sin que por ello cambie o pierda su Identidad. Puesto que, a lo largo de su vida, sus acciones están plenamente relacionadas con la causalidad de la que forma parte. Por consiguiente, la Identidad está vinculada a las percepciones pasadas y presentes, amén de las ideas y sensaciones expresadas en el tiempo del ayer y del ahora. Interpretando a Hume, solo

es posible Ser en la misma manera en que las percepciones forman parte de los comportamientos vividos y presentes. A finales del siglo XVIII, y principios del XIX, la identidad individual y la identidad colectiva, cobraron fuerza en la dimensión científica y filosófica, ante el escenario de la modernidad¹⁵, en la cual:

El ser humano ya no es una criatura hecha por Dios a su imagen; es un actor social definido por los papeles que cumple, es decir, por la conducta asignada a su posición y que debe contribuir al buen funcionamiento del sistema social. Porque el ser humano es lo que hace, ya no debe mirar más allá de la sociedad, hacia Dios, para encontrar su propia individualidad y sus orígenes, sino que debe buscar la definición del bien y del mal en lo que es útil o dañoso para la supervivencia y el funcionamiento del cuerpo social (Touraine, 2000, 25).

El individuo y la religión bajo la égida de la modernidad rompen fronteras de pensamiento y actuación. En el primero, su comportamiento depende de los valores que la sociedad alimenta, de ahí que la racionalidad en lo bueno y lo malo determinará la tranquilidad de la sociedad. Y la segunda, pierde su espacio público y ahora sus preceptos, todavía válidos para la mayoría, se practican bajo la intimidad del espacio privado. La identidad individual comienza a transitar lo colectivo como forma de identificación con los semejantes, porque surgen elementos que acercan y se

¹⁵ Es importante mencionar que, desde la filosofía alemana, Kant, por ejemplo, concibe la Identidad a través de las actividades trascendentales de los sujetos. Sólo lo importante permite una noción de Identidad. Mientras que, en Leibniz, el individuo y el predicado tienen las mismas propiedades porque son idénticos. Leibniz postuló tres principios:

“(…) a) si dos objetos a y b comparten todas sus propiedades entonces a y b son idénticos, es decir, son el mismo objeto; b) si dos objetos a y b comparten todas sus propiedades cualitativas, entonces a y b son idénticos; c) si dos objetos a y b comparten todas sus propiedades cualitativas no relacionales, entonces a y b son idénticos” (Navarrete – Cazales, 2015, 466).

expresan con sentimientos en los que una sociedad también comienza a tener cualidades que las hace únicas y distintas a otras.

4.- LA IDENTIDAD EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

Los aportes sobre la Identidad en la contemporaneidad vienen de la mano de la tradición filosófica anglosajona¹⁶, cuyo pilar fundamental fue David Hume; siendo uno de sus seguidores el estadounidense Dennet (1995), quien desarrolla la filosofía de la mente o también llamada la teoría de la conciencia, a través de la cual trata de explicar cómo se forma la Identidad personal desde la conciencia. Con respecto al Yo, el autor *in comento* menciona:

¹⁶ Es importante mencionar que, desde la contemporaneidad de la filosofía alemana, Nietzsche y Heidegger, trataron, entre otros temas, la Identidad como argumento de interés filosófico, no para consolidar el planteamiento de la unicidad (el uno mismo hasta ahora desarrollado); sino todo lo contrario. Para Nietzsche, no es válido pensar en que se es igual a sí mismo; por tanto, cuestiona la inmutabilidad, la inmovilidad y la eternidad del Ser. Considera que la única Identidad posible es la negación de toda Identidad. Por su parte, Heidegger debate sobre la Identidad, al punto de proponer, como elemento focal, la eliminación de la metafísica del Ser. De ahí que sus argumentaciones sobre el Ser, la Historia, la Razón y la Identidad debían contextualizarse. Pareciera un retroceso en el análisis sobre la Identidad, pero, en realidad, es otra forma de concebir cómo la razón del Ser, con raíces filosóficas, tienen matices también desde la metafísica. No hay posibilidad de Identidad que no postule, al mismo tiempo, una alteridad: no sería posible una mismidad sin la existencia de esa otredad. Por su parte, el proceso Identificadorio es algo más específico, particular, que implica el análisis del momento del enganche, de la identificación con algo o alguien (sujeto, idea) que nos constituye en un momento particular, específico de nuestra Identidad histórica, contextual, ergo cambiante (Navarrete – Cazales, 2015,468). Lo señalado por Heidegger constituyó un elemento de discusión y de análisis por parte de los sociólogos, para quienes, la Identidad como categoría de estudio, traspasaba el campo de la argumentación filosófica para convertirse en una episteme de explicación del comportamiento de los individuos en la sociedad. Además de permitir la diferenciación entre lo personal y lo social; lo primero, entendido como conductas que son aprehendidas e inducidas por los individuos; y lo segundo, como las acciones impuestas mediante estereotipos sociales.

Desde los albores de la ciencia moderna en el siglo XVIII, ha existido un acuerdo unánime sobre el yo: sea lo que sea, éste sería invisible al microscopio y también invisible a la introspección. Para algunos, esto ha sido motivo suficiente para suponer que el yo era un alma no física, un espíritu en la máquina. Otros, se han visto inclinados a pensar que el yo no era nada, una quimera producto de imaginaciones metafísicamente febriles. Y finalmente, otros han pensado que el yo era, de un modo u otro, una especie de abstracción, algo cuya existencia no se veía afectada en lo más mínimo por su invisibilidad (Dennet, 1995, 421).

En tal sentido, para el autor, el Yo es una abstracción, un cúmulo de atributos, reflexiones propias y ajenas que se relacionan directamente con el ser vivo, y su cuerpo. Razón por la cual:

(...) la única esperanza es llegar a comprender, de forma naturalista, de qué manera desarrollan los cerebros sus autorrepresentaciones, equipando, así, cuando todo va bien, los cuerpos que controlan con unos yos responsables; y no es ésta una empresa desesperada. El libre albedrío y la responsabilidad moral son cosas que merece la pena perseguir (Dennet, 1995, 440).

Para León (2017) Dennet, a partir del estudio sobre el comportamiento natural de los seres vivos, y el rol del lenguaje, reflexiona sobre la representación del Yo, la relación con nosotros mismos y la vinculación con el entorno. Así, crea “narraciones auto-protectoras” durante la evolución tanto personal como social. Es interesante, cómo el filósofo toma del enfoque naturalista de la evolución de las especies –a través de estudios previos– ejemplos y reflexiones, en las que la interdisciplinariedad demuestra que no está divorciada de la filosofía como campo para la búsqueda del conocimiento, llegando a concretar que la Identidad personal es evolutiva desde el interior para el interior, siendo el contexto sólo un ente que alimenta lo ya conocido.

Como Dennet, hay otros filósofos contemporáneos que trabajan la Identidad como categoría filosófica, desde diferentes perspectivas y enfoques¹⁷. Algunos de ellos son: Taylor, Bauman, y Žižek, de los que, de seguidas, indicaremos sus ideas más resaltantes.

Charles Taylor (1996), filósofo canadiense que ha desarrollado el concepto de Identidad moderna como una construcción social e histórica que implica el reconocimiento mutuo y el diálogo intercultural. Para él:

Saber ¿quién soy yo? Es como conocer dónde me encuentro. La identidad se define por los compromisos e identificaciones que proporcionan el marco u horizonte dentro del cual yo intento determinar, caso a caso, lo que es bueno, valioso, lo que se debe hacer, lo que apruebo o a lo que me opongo. En otras palabras, es el horizonte dentro del cual puedo adoptar una postura (Taylor, 1996, 43).

En Taylor, los compromisos son de orden moral y espiritual, y bajo esa identificación se pueden tomar decisiones, por ende, posturas. Sin ellas, el individuo pudiese caer a la deriva social, dado que no tiene los referentes u horizontes que le marcan el significado de las cosas. Pero, además, argumenta que la Identidad es “(...) algo a lo

¹⁷ Aunque no forma parte del discurso sobre la Identidad que hemos desarrollado, es importante acotar la influencia de Judith Butler, filósofa estadounidense quien ha cuestionado las categorías de identidad de género y orientación sexual como construcciones normativas y performativas que se pueden subvertir y resignificar. Así entonces, para ella: “la “coherencia” y la “continuidad” de “la persona” no son rasgos lógicos o analíticos de la calidad de persona sino, más bien, normas de inteligibilidad socialmente instauradas y mantenidas. En la medida en que la “identidad” se preserva mediante los conceptos estabilizadores de sexo, género y sexualidad, la noción misma de “la persona” se pone en duda por la aparición cultural de esos seres con género “incoherente” o “discontinuo” que aparentemente son personas pero que no se corresponden con las normas de género culturalmente inteligibles mediante las cuales se definen las personas” (Butler, 2007,72). Sobre el tema, véase también, Butler (2004). Un trabajo interesante también, es el de Alzuru (2008).

que uno ha de ser fiel, no puede dejar de mantenerla ni puede renunciar a ella (...) su único papel es el de orientarnos, el de proporcionarnos el marco dentro del cual las cosas tienen sentido para nosotros (Taylor, 1996, 46).

Aunado a lo anterior, lo que valida el Yo, es la relación –o en sus palabras la interlocución– con los otros semejantes a mí, es decir, la validez del lenguaje y la comunicación con los demás. El espacio social en el que se desarrollan los individuos y sus relaciones, permitiendo, además, que mi postura a través de mis compromisos morales y espirituales se mantenga firmes ante la visión de los otros. De aquí que arguya: “El yo sólo existe dentro de lo que denomino la ‘urdimbre de la interlocución’” (Taylor, 1996, 52). Y sólo es posible a través del lenguaje en el proceso de comunicación. Es digno mencionar que, para el autor *in comento*, la imagen del yo y la Identidad no son lo mismo, pues considera que:

El ego o yo penetra también de otra manera en la psicología y la sociología, en conexión con la observación de que la persona tiene una “imagen de sí misma”, importante para ella; que se esfuerza a fin de que aparezca bajo una luz favorable a los ojos de quienes están en contacto con ella, y también estando a solas. Ciertamente existe un sentido del yo que sobrepasa la autoobservación neutral y el cálculo de beneficios. Pero la forma en que generalmente se concibe la importancia de la imagen no guarda conexión alguna con la identidad (Taylor, 1996, 49).

La cita anterior es interesante puesto que permite reflexionar sobre cómo la imagen que se proyecta ante los demás, no es precisamente lo que identifica a un individuo; podríamos decir entonces, que nos acercamos a lo que Kosik (1976) señaló en su momento: la apariencia que se aleja de la esencia, de ahí, la dialéctica de lo concreto.

Pero, además de esto, la imagen es una construcción social que muestra al ser, no la Identidad de ese ser¹⁸.

La Identidad a través de la filosofía de Taylor conlleva al reconocimiento del individuo por sus compromisos, la manera en cómo se relaciona con los demás y del lenguaje que usa para ello, es decir, la Identidad como constructo social, ya mencionado. Ahora bien, “(...) si la mente humana es dialógica y la Identidad se desarrolla en un marco comunitario, aunque la autenticidad entrañe originalidad, esa originalidad debe darse desde la comprensión de lo común, situándose en relación con un lenguaje compartido” (Rodríguez, 2012, 57). Siendo lo contrario, un egocentrismo que pervierte el verdadero sentido del ser.

Por su parte, el filósofo y sociólogo polaco, Zygmunt Bauman,¹⁹ ha analizado la Identidad como una condición de fragilidad, inestabilidad y cambio constante que caracteriza a los individuos en la sociedad globalizada y consumista. Al reflexionar sobre la Identidad desde la nacionalidad, la ve como un modo de identidad exclusivo, y no inclusivo, por lo que resulta una identidad inaccesible a los ciudadanos. Por tanto, considera que “(...) la imagen de la igualdad constituye el paradigma de la

¹⁸ Sobre la imagen y la Identidad trataremos más adelante.

¹⁹ De Zygmunt Bauman, se ha tomado la teoría sobre la Modernidad Líquida como punto de referencia para la comprensión de las organizaciones ante los cambios de la virtualidad, tema tratado en los capítulos siguientes.

cuadratura del círculo: diferente pero el mismo, separado pero inseparable, independiente pero unido (Bauman, 2005, 29).

A partir de lo anterior, el autor bajo examen hace una relación entre la identidad que es inclusiva, cuando se es de otro lugar de origen, al lugar en el que se reside; y la exclusiva, que se supone que es la identidad del país de origen. El argumento se enriquece dado que Bauman (2005) considera que las identidades se pueden interpretar como comunidades: la que se refiere a la vida misma y las unidas por ideas y principios, que conforman estas últimas, grupos de personas con credos afines.

Para Bauman, siguiendo a Palomar (2007), la identidad nacional es:

(...) la base de todas las identidades, pues además de que, según este autor, tiene el derecho de monopolio para trazar el límite entre el “nosotros” y el “ellos”, la identidad nacional se distingue de las demás en que ésta no reconoce la competencia, ni mucho menos la oposición: la identidad nacional permitirá y tolerará sólo otras identidades que no sean sospechosas de colisionar (ya sea por principio u ocasionalmente) con la prioridad no cualificada de lealtad nacional. Además, en el proceso de su construcción podemos encontrar las claves para explicar lo que ocurre en los otros planos de las identidades: las subjetivas, las políticas, las de género, las religiosas o étnicas” (Palomar, 2007, 212).

De ahí que, el filósofo polaco haya sentenciado que “(...) la identidad es un amasijo de problemas en lugar de una sola cuestión, es algo que tengo en común con un número mucho mayor, prácticamente con todos los hombres y mujeres de la “moderna era líquida” (Bauman, 2005,33).

Cerrando este acápite sobre el aporte de la filosofía contemporánea a la noción de Identidad –siendo lo presentado solo una muestra tomada a discreción– tenemos a Slavoj Žižek, filósofo esloveno, quien ha explorado las dimensiones políticas e ideológicas de la Identidad colectiva y las formas de resistencia y emancipación frente al capitalismo global. En consecuencia, define a la Identidad como:

(...) el cúmulo de significantes flotantes, de elementos protoideológicos, se estructura en un campo unificado mediante la intervención de un determinado “punto nodal” (...) que los “acolcha”, detiene su deslizamiento y fija su significado. El espacio ideológico está hecho de elementos sin ligar, sin amarrar, “significantes flotantes”, cuya identidad está “abierta”, sobredeterminada por la articulación de los mismos en una cadena con otros elementos —es decir, su significación “literal” depende de su plus de significación metafórico. (Žižek, 2003, 105).

www.bdigital.ula.ve

Lo antes citado, refleja el desarrollo en la concepción de la Identidad²⁰, aunado a una realidad en el que los significantes o cualidades de las cosas toman un valor, que tal como señala el autor, le da un plus al significado; es decir, la relación entre los significantes y el significado de un ente o cosa, al punto que lo confirma, lo valida; y, sobre todo, lo hace único, diferente ante los otros que pudiesen ser parecidos. Además de considerar como punto nodal, una palabra en la cual se pueda condensar la unidad e identidad de esa cosa, consideramos pertinente transcribir uno de los ejemplos que utiliza Žižek que, por sí sólo, explica lo ya señalado:

²⁰ Vale la pena acotar el trabajo de Douglas Hofstadter, filósofo estadounidense quien ha tratado problemas sobre la Identidad personal, el concepto del Yo y el otro. Para él, el “Yo” es una ilusión o alucinación necesaria para el ser humano. De la producción bibliográfica del autor, se recomienda la obra: *Yo soy un extraño buque*. En inglés: *I am a strange loop* (2007).

(...) el caso del famoso anuncio de Marlboro: la imagen del vaquero bronceado, las extensas praderas y demás —todo ello “connota”, por supuesto, una imagen determinada de Estados Unidos (el país de gente vigorosa y honesta, con horizontes ilimitados...), pero el efecto de “acolchado” tiene lugar únicamente cuando ocurre una cierta inversión; ésta no ocurre hasta que los norteamericanos “reales” empiezan a identificarse (en su experiencia ideológica) con la imagen creada por el anuncio de Marlboro —hasta que el propio Estados Unidos tiene su vivencia dé(Sic) “país Marlboro” (Žižek, 2003, 114-115).

Después de esta revisión, notamos que, desde entonces hasta la actualidad, la Identidad es —y ha sido— un elemento inmanente en las epistemes sociales, cuyo correlato es fundamental para la comprensión de la dinámica colectiva y las organizaciones. Sin olvidar que, desde el mismo momento en que el ser humano se agrupa con otros semejantes a él, cambia su realidad como ente individual que lo hace único, al comprender que su participación dentro del grupo garantiza la estabilidad y supervivencia tanto propia como la de todos, asumiendo así una identidad colectiva. A lo largo de la historia de la humanidad han sido tres las necesidades básicas que han permitido que los seres humanos avancen: la alimentación, el vestido y el abrigo, necesidades que han motivado el desarrollo de las ciencias, haciendo más complejas las relaciones humanas, de ahí que la identidad del individuo único e indivisible, se complemente en lo colectivo, abrogándose cualidades de reconocimiento y haciendo que la individualidad de antaño cambiara para amoldarse a las realidades y desafíos presentes. Así entonces la Filosofía en la antigüedad y luego las ciencias en la modernidad tomarán la identidad como categoría de análisis para la comprensión del individuo y su relación con la sociedad en un tiempo y espacio determinado.

Los aportes de la Filosofía a los estudios de la Identidad planteados en este capítulo, se reflejan en el cuadro resumen siguiente:

Cuadro N° 1 Lo que la Filosofía nos dice de la Identidad

A través de este capítulo, se ha realizado una somera revisión sobre cómo la identidad ha tenido un importante significado para la humanidad y ha ocupado la atención de filósofos desde la antigüedad grecolatina hasta nuestros días, a fin de comprender su contenido epistémico y su uso como categoría en las ciencias. La identidad se ha entendido como uno de los pilares para conocerse *a sí mismo frente a otros*, marcando la diferencia con los otros, bajo la convivencia del *Ser* que se amolda a las necesidades del entorno, teniendo a la moral como referente. De ahí, surge el estudio de los valores éticos, las experiencias y los conocimientos que identifican a unos y los separa de otros. Estas máximas de la filosofía griega se han mantenido a través del tiempo, pese a los aportes de los filósofos medievales que comprendieron a la identidad desde los dogmas cristianos, argumentando que *la persona es sustancia individual de naturaleza racional*. La explicación pasa por señalar que lo que diferencia a una persona de otros seres vivos es la razón y que sus comportamientos están marcados por los propósitos de Dios. Esta visión de identidad fue superada en la Edad Moderna, época en la que bajo el racionalismo se reflexionó sobre *el conocimiento del Ser y la identidad que en él subyace*. El sujeto empezó a considerarse como una sustancia pensante, permanente e idéntica, siendo la memoria su fuente de identidad personal. La identidad quedó vinculada a las percepciones, ideas y sensaciones pasadas y presentes. Luego, en la Modernidad se afianzó una filosofía que permitió una dimensión científica que hoy en día tiene proyección. Pues, los filósofos de la contemporaneidad conciben a *la identidad personal como elemento de la conciencia que es evolutiva*, y se define por los compromisos que adquiere el individuo en sociedad; por tanto, *la identidad es una construcción social e histórica*, siendo frágil, inestable y cambiante de acuerdo con sus circunstancias. En tal sentido, *el entorno social de un individuo, lo hace único, diferente ante los otros que pudiesen ser parecidos*. Reviste, por tanto, la importancia del marco conceptual y epistémico recorrido hasta aquí, para adentrarnos en los capítulos siguientes en la identidad organizacional, nuestro objeto de estudio.

CAPÍTULO III
LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL:
APROXIMACIONES EPISTÉMICAS

En este apartado, se revisará cómo el término Identidad se inserta en el mundo de las organizaciones para darle cohesión a las mismas a través del tiempo. Pues, de acuerdo con el propósito general de esta investigación se concibe a la organización como sistema abierto (Morgan, 1990), es decir, como organismo en el que se espera que, a través de procesos de adaptación, se satisfagan los objetivos y se logre un desarrollo mediante la relación con otras organizaciones, amén de hacer frente a los retos del entorno y el avance de la tecnología. Más allá de reconocer que la sociedad es una de las primeras organizaciones donde los individuos se desarrollan, y que por su misma dinámica tienen su propia Identidad como ser colectivo y por ende social²¹, se intenta analizar si la identidad de una organización se adapta, y, cómo funciona la identidad organizacional en el contexto de incertidumbre, al asumir la innovación disruptiva. De este modo, se dará cuenta sobre la importancia de la Identidad en las organizaciones y su relación con la historia.

²¹ Es oportuno resaltar que, siguiendo a Frischknecht (1971): “El ser humano vive permanentemente en Organizaciones: Nace en el seno de la familia, se educa en la escuela, practica deportes en un club, desarrolla sus inquietudes artísticas en peñas, ateneos, y asociaciones, trabaja en empresas o reparticiones públicas, hace política en los partidos, se afilia a sindicato, para defender sus derechos, reza a Dios en las Iglesias, se alista en los ejércitos, cura sus males en hospitales y sanatorios, es castigado en cárceles y, finalmente, cuando muere, es enterrado en cementerios” (5). Lo que evidencia que, en efecto, la organización está presente en la vida humana desde la cuna hasta la tumba. Todo lo humano nace y muere dentro de dinámicas organizacionales.

1.- EL CONCEPTO DE IDENTIDAD EN EL MUNDO DE LAS ORGANIZACIONES

Fueron los científicos sociales Albert y Whetten, quienes, en 1985, aplicaron el término de Identidad para la comprensión del mundo organizacional²², a través de la pregunta: “¿quiénes somos nosotros como organización?”. Interrogante que puso en el tapete la esencia y razón de las organizaciones, en cuanto a los referentes que debía hacer de una organización única, distinta y duradera con respecto a sus pares; lo que, por analogía, estas características se heredaron desde el pensamiento filosófico, el cual permitió delinear este constructo.

Luego, Whetten y Mackley (2002) consideraron que, aunque lo propuesto por Albert y Whetten constituye el punto de partida para el estudio de los componentes que distinguen una organización de otra, el sujeto: “Nosotros”, generaba una ambigüedad fenomenológica en el mundo de las organizaciones; así que, para ellos, dentro de la percepción de la Identidad Organizacional aparecen:

(...) dos concepciones fundamentalmente diferentes de la identidad organizativa: la identidad en la organización frente a la identidad de la organización. En el centro de estas concepciones contrapuestas de la identidad organizativa se encuentra la distinción entre la identidad como percepción compartida entre los miembros y la identidad como reivindicación institucionalizada a disposición de los miembros. (Whetten y Mackley, 2002, 395)²³.

²² Un estudio interesante sobre las investigaciones de identidad organizacional puede revisarse en: Pouusa (2006).

²³ Traducción del texto original en inglés: “of two fundamentally different conceptions of organizational identity: identity in organizational versus identity of organizational, at the heart of

Esta nueva manera de ver la Identidad Organizacional no está divorciada del eje principal del concepto, lo que hace es ampliar el panorama de estudio y la comprensión de los actores que hacen posible el desarrollo y consolidación de las organizaciones. Tal es así, que se hizo común relacionar la Identidad de la organización con la imagen²⁴ de la organización. Es decir, la Identidad Organizacional es la proyección de la organización desde adentro, sus empleados, fundadores, etc.; y, desde afuera, la imagen que la hace diferente de otras²⁵.

Para Gioia y Thomas (1996), la identidad y la imagen como constructos son importantes al momento de tener en cuenta la percepción que los directivos de una organización tienen sobre ella. Aunque ambas nociones se han estudiado desde diferentes perspectivas, en lo que respecta a la identidad en el campo de las organizaciones debe estar presente la identidad personal propia del individuo; es decir, la del grupo, la identidad social o colectiva; y la organizativa (que involucra la centralidad, lo duradero y lo distintivo de la organización, cualidades que, por ser visibles, son apreciadas por sus integrantes y hacen que se identifiquen con ella).

these competing conceptions of organizational identity is the distinction between identity as shared perceptions among members versus identity as institutionalized claims available to members. On the identity in organizations side of the ontological fault line, organizations are viewed as social aggregates - collectivities or groups of individuals". (Whetten y Mackley, 2002, 395).

²⁴ Imagen corporativa es: "(...) la [percepción] que tiene un determinado público sobre la empresa. Estará determinada por todo lo que haga dicha empresa. El problema que hay que afrontar es qué públicos diferentes interpretan los mensajes de forma diferente". (Ind, 1992, 11). Para Gioia y Thomas (1996) la imagen es la forma en que las personas ajenas (extrañas) perciben la organización; por cuanto la imagen de la organización está relacionada con la visión que los grupos externos tienen de ella, indistintamente si esa percepción es normativa o manipulada. Véase también: Currás (2010).

²⁵ A lo largo de los años, ambas formas de concebir la Identidad de las organizaciones fortalecieron su historia. Sobre esto se ahondará más adelante.

Por su parte, Stuart, Ashforth y Dutton (2000) consideran que una organización debe responder a la pregunta *¿Quiénes somos?*²⁶, dado que cada entidad contiene elementos de identidad e identificación propios que los separan de otros. La identidad y la identificación son constructos en los que las organizaciones tienen niveles de análisis y, de manera paralela, constituyen la unidad y el dinamismo. Es decir, la identidad es unidad –tiene personalidad, es el sustantivo– para y por el grupo; la identificación es el verbo que permite reconocer los rasgos que hacen a la organización única y diferente a otras, develando cómo esos rasgos identitarios de la organización se transmiten al colectivo. Los autores *in comento* señalan que la identidad organizacional pasa por un proceso cognitivo. Por tanto, quienes forman parte de una organización deben tener claro que, por más burocratizada y tecnificada que sea esta, deben existir elementos de identificación e identidad que la cohesionen como grupo.

La misma dinámica del trabajo en equipo, la gerencia, el mercado, etc., hacen que la identidad y la identificación estén, la mayoría de las veces, a la deriva; siendo una de sus causas: las transformaciones que ocurren en las diversas formas de organización y que afectan al recurso humano, puesto que el personal entrante tiene diferentes historias de vida individuales, familiares, profesionales y laborales; distintas posturas,

²⁶ Los autores mencionan el *¿Quién soy?* para referirse a la necesidad de las personas por responder a esta pregunta, tomando en cuenta la necesidad por relacionar la identidad y la identificación como rasgos no solo de las organizaciones sino de los Individuos. Por cuanto, el referente de análisis son las organizaciones se ha hecho más énfasis en ellas.

expectativas y religión. En consecuencia, al tener responsabilidades en los diversos niveles organizativos, generan una identidad de acuerdo con las nuevas interacciones. De ahí que, resulta necesario que toda organización se preocupe por responder la pregunta “¿*Quiénes somos?*”, porque a través de esa respuesta podrá reconocerse a sí misma y, ontológicamente, consolidar la motivación y los sentimientos de quienes hacen vida en ella. Vale decir, que el grupo se sienta identificado con la organización (Stuart, Ashforth y Dutton, 2000).

En este mismo orden de ideas, Ind (1992) define la identidad de una organización como:

www.bdigital.ula.ve

(...) la percepción que tiene de ella misma, algo muy parecido al sentido que una persona tiene de su propia identidad. Por consiguiente, es algo único. La identidad incluye el historial de la organización, sus creencias y su filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, los valores éticos y culturales y sus estrategias (Ind, 1992, 3).

Bajo dicha concepción de Identidad se van delineando atributos en la organización que permiten responder el ¿*Quiénes somos?*, comprendiendo que dicha interrogante pasa por la revisión de cualidades intrínsecas que en el tiempo van dando sentido de pertenencia a todos los que forman parte de las organizaciones.

Por su parte, Corley, Gioia y Fabbri (2000), consideran que ante la pregunta del *¿Quiénes somos?* como organización, es importante formularse otra interrogante: *¿Quiénes son los demás?*, debido a que la identidad está íntimamente relacionada con la imagen –tal como lo señalaron Whetten y Mackley (2002)– además de la reputación tanto interna como externa sobre el *¿cómo nos ven y el cómo somos dentro de la organización?* Es decir, la percepción de quienes, desde dentro de la organización, piensan sobre cómo los perciben los de fuera de ella, y, la percepción de quienes desde fuera de la organización la perciben en realidad.

Pareciera que se tratara de un juego de palabras, pero no lo es. Por el contrario, son reflexiones que permiten reforzar el sentido de pertenencia organizacional. En tal sentido, Zuñiga (2017) destaca que el *¿cómo nos ven?* desde lo interno de la organización hace que los empleados asuman y se *apropien* de comportamientos y actuaciones conforme al lugar donde trabajan, asimilando una identidad. Según Hatch y Schultz (2005), la identidad organizativa se basa en:

(...) significados y símbolos organizativos y, por lo tanto, está arraigada en la cultura²⁷, el contexto simbólico interno para el desarrollo y mantenimiento de la identidad organizativa. La construcción simbólica de la identidad corporativa²⁸ es comunicada a los miembros de la organización por la alta dirección, pero es interpretada y promulgada por los miembros de la organización, quienes la interpretan y ponen en práctica basándose en las pautas culturales de la organización, las experiencias laborales y la influencia social y las relaciones externas con el entorno. Así pues, la identidad organizativa surge de las interacciones continuas entre los miembros de la organización (incluidos los mandos intermedios), así como de la influencia de la alta dirección. Además, sostenemos que, a medida que se derrumba la distinción interno-externo, la identidad organizativa se ve cada vez más influida por (y se convierte en una influencia sobre) la imagen organizativa (Hatch y Schultz, 1997, 358).

En tal sentido, la identidad organizativa se va construyendo a partir de cuatro procesos en los que se relacionan la identidad, la cultura y la imagen; estos son: 1.- El proceso por el que la identidad se refleja en las imágenes de los demás; 2.- el proceso por el que la identidad se integra en las nociones culturales; 3.- el proceso por el que la cultura se da a conocer a través de pretensiones identitarias; y 4.- el proceso por el cual las expresiones de identidad dejan sentimientos en los demás (Hatch y Schultz, 2005)²⁹.

²⁷ La cultura organizativa para las autoras: “(...) implica a todos los miembros de la organización, se origina y se desarrolla en todos los niveles jerárquicos y se fundamenta en una amplia historia que se materializa en los aspectos materiales (o artefactos) de la organización (por ejemplo, su nombre, productos, edificios, logotipos y otros símbolos, incluidos sus altos directivos). Así pues, el concepto de cultura organizativa incluye aspectos materiales fundamentales para el concepto de identidad corporativa basado en el marketing. Sin embargo, mientras que los estudios de *identidad corporativa* se centran en cómo estos aspectos materiales expresan la idea clave de la organización a los grupos externos, los estudios de cultura organizativa se centran en cómo los miembros de la organización los perciben e interpretan” (Hatch y Schultz, 1997, 360).

²⁸ En la nota anterior, se puede apreciar la definición de Identidad Corporativa que, junto a la imagen y a la cultura, forma parte de la identidad organizacional.

²⁹ Si bien es cierto, el texto original fue publicado en inglés, en el año 2002, en la Revista *Human Relations*, N° 55, pp. 989-1018. También es cierto que, en el 2005, se tradujo al español. Y fue esta versión la consultada y referenciada. Véase las fuentes consultadas al final de este trabajo.

Hinojosa y Sune (2017), a partir de las argumentaciones de Albert y Whetten, fueron delineando los atributos que debía caracterizar a una organización desde la Identidad. Así entonces, la centralidad, la durabilidad y la diferenciación se convirtieron en las propiedades identitarias al momento de estudiar qué elementos hacen única y diferente a una organización en el tiempo. A esto, Longo (2010) añade lo individual, lo colectivo y lo organizativo como niveles a considerar en el análisis de la Identidad Organizacional. Por *individual*, considera que es la Identidad personal del trabajador; lo *colectivo* se refiere a la Identidad que se va formando en la misma dinámica de la relación laboral –en todos los departamentos o áreas en los que se divide la organización–, y, finalmente lo *organizativo*, propio de la organización, y, por ende, elemento de cohesión entre sus miembros.

De este modo, se va construyendo un marco de referencias donde se involucran no sólo la organización en sí, sino todos los que forman parte de ella, puesto que los niveles arriba mencionados, trazan una Identidad desde tres enfoques. Primero, privada en el sentido individual de la palabra; segundo, colectiva o pública que permite que los integrantes de la organización compartan intereses; y tercero, de la organización, por cuanto en el proceso de las interrelaciones personales surge un sentido de pertenencia propio que distingue y unifica a todos dentro de la organización, mostrando incluso lo que se proyecta fuera de ella, dando origen a una historia de la organización, producto de un proceso de creación y desarrollo a través del tiempo. En consecuencia:

Lo que da paso a la identidad organizacional es su propia historia. Ésta tiene un doble propósito. El Interno, para lograr que sus integrantes se sientan comprometidos e identificados con la corporación; y, el externo, para proyectarse a través de sus productos y marcas como garantía de confiabilidad y calidad en el mercado. Por ende, las cualidades de los miembros fundadores y del primer personal, como tradición identitaria en la construcción del ente, se convierten en íconos a imitar (Avendaño, 2018, 87).

Así, el proceso de creación, desarrollo y consolidación de una organización pasa por situaciones en las cuales la mayoría de ellas forman parte de la memoria, y, por consiguiente, de la historia de la organización³⁰ que permite consolidar, a través de los años, una Identidad Organizacional fuerte y cónsona con los valores que se quieren expresar, más allá del fin económico que se tenga. Pues, los fundadores, los artífices de una idea que se convierte en éxito, también forman parte del patrimonio de la organización.

De este modo, la Identidad en las organizaciones conforma: “(...) el conjunto de símbolos; comunicación y comportamiento de una empresa basada en los principios básicos: la misión, la visión, los valores de la misma; es decir es la personalidad de la organización” (Ramírez, Sánchez y Quintero, 2005, 46). A su vez, es la respuesta directa a una forma de presentar su historia. No podemos omitir que, en el mundo de las organizaciones, la competencia y el mercado exigen hacer que el colectivo, público en general, se sienta identificado con las organizaciones, de las cuales

³⁰ Este tema será tratado más adelante.

consumen, exhiben e intercambian sus productos. Así, se va generando un sistema de referentes en el cual Historia e Identidad se van amalgamando (Avendaño, 2019).

En palabras de Jaimes (2016), la Identidad como sujeto a nivel cultural, como idea del Yo integrante de un grupo social, como Identidad social y como construcción de un individuo dentro de una unidad u organización, es lo que hace que la Identidad sea una categoría epistémica multifactorial. Tomando en cuenta esto, la Identidad, desde la organización, es entendida como: “(...) unidad compleja y social, con elementos que la componen (...) constituida para, por y con el entorno, comprendida y estudiada como fenómeno económico y emergente y como sistema abierto con clausura”. (Velásquez, 2007, 133). Por consiguiente:

Toda organización necesita tener una personalidad propia, esto es, un conjunto de características que la distingan y que permitan reconocerla, diferenciándola de las demás. Estos atributos específicos de cada institución configuran su identidad, la cual se concreta en dos cualidades definitorias:

Rasgos físicos. Incorporan los elementos icónico-visuales como signo de identidad, válidos para la identificación de la empresa desde su entorno. Los dos aspectos básicos de la identidad física de una entidad incluyen una forma simbólica –la marca/imagotipo– y una forma verbal –logotipo–.

Rasgos culturales. Aportan los elementos profundos de la propia esencia de creencias y valores de la organización, es decir, la personalidad (identidad) cultural de la institución se concibe como la manifestación, en forma codificada, de la cultura latente de la empresa.

De la conjunción de ambos surgirá una concepción integral de la identidad corporativa, un proyecto global que habrá de ocuparse tanto de la imagen externa que proyecta, como de la interna y de las pautas que delimitarán una filosofía, un estilo laboral (administración, recursos humanos, dirección...), dentro de la entidad. (Gutiérrez, 2011, 15).

Lo señalado en la cita anterior por Gutiérrez (2011) logra condensar los rasgos o características que definen a la Identidad Organizacional. Su esencia material e inmaterial, lo que se ve cotidianamente y lo que se percibe con los sentidos. Esto permite que haya una relación en la organización entre los que participan en ella, logrando que la proyecten y la conciben como única y diferente a otras, sea del mismo ramo o tenga o no los mismos intereses. Ello es así, porque:

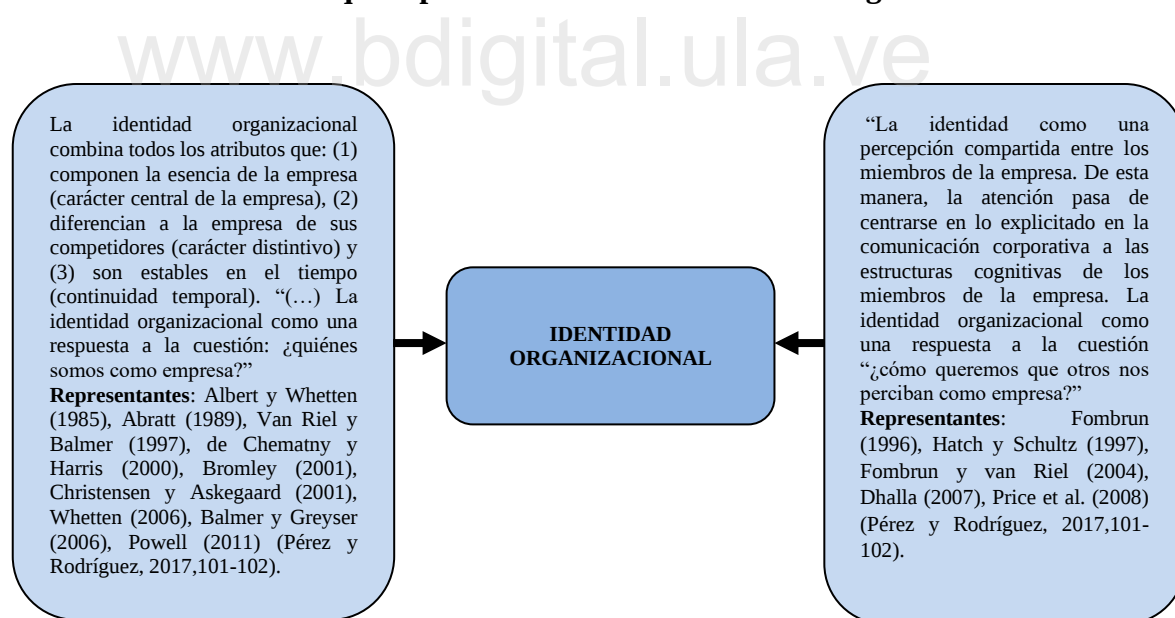
Dentro de un determinado contexto social, la organización se puede parecer a unas y diferenciarse de otras. Dentro de un mismo sector industrial las organizaciones tienden a ser evaluadas entre sí, a la par que suelen compararse a partir básicamente de sus diferencias y similitudes, aspectos fundamentales para establecer la propia identidad (González, 2014, 70).

De ahí surge un elemento fundamental que fortalece y consolida la Identidad Organizacional: la historia, que, para la organización se va convirtiendo en su carta de presentación. Mientras más sólida sea su historia, más posibilidades de éxito tiene la Identidad organizacional en el tiempo; y esto es así, en la medida que las organizaciones comprendan que son parte de una historia y que deben tomar medidas para que su legado fortalezca su identidad que a lo largo de su existencia se ha construido.

De acuerdo con lo que se ha venido exponiendo, resulta importante compendiar esas ideas a través de una figura. Para ello, se acudirá a los autores Pérez y Rodríguez

(2017)³¹ por cuanto recogen, de manera consistente, los aportes de quienes han abordado el *¿qué somos como organización?* y *¿cómo queremos que nos vean como organización?*, que han forjado dos enfoques epistémicos acerca de la identidad organizacional. A partir de estas dos corrientes se han generado contribuciones al conocimiento de las organizaciones desde la imagen organizacional, la cultura de la organización y su relación con el marketing que, se quiera o no, representan también elementos de identidad y, aunque no forman parte del objeto de estudio, están presentes de manera implícita, puesto que han permitido enriquecer el mundo de las organizaciones.

Gráfico N° 1 Enfoques epistémicos sobre la Identidad Organizacional



Fuente: Elaboración propia a partir de: Pérez y Rodríguez (2017,101-102).

³¹ Es importante acotar que, Pérez y Rodríguez (2017) hacen mención de identidad empresarial e identidad organizacional de manera indistinta. No obstante, en este trabajo solo se usará la nomenclatura identidad organizacional al momento de indicar los aportes de esta teoría.

Así entonces, quienes analizan la identidad organizacional parten de la argumentación liminar de Albert y Whetten, con miras a responder el *¿Quiénes somos como organización?* Unos autores encaminan su óptica hacia los estudios de casos donde involucran a los diferentes niveles de jerarquización laboral dentro de las organizaciones; otros, lo dirigen a la revisión teórica que comprende la identidad y su interrelación con la imagen, la identificación o la cultura organizacional, comprendiéndose que se trata de un constructo epistémico en constante movimiento, en el cual, desde las ciencias sociales, todavía queda mucho por aportar al conocimiento de la organización y a su identidad.

Lo hasta aquí revisado es apenas una muestra de la extensa historiografía que sobre la identidad organizacional se ha desarrollado a lo largo del siglo XX y lo que va del XXI, donde se evidencia que las teorías de conocimiento de esta área del saber, se han ido perfilando en la comprensión de la identidad desde la dinámica de las organizaciones. Ahora, resulta necesario analizar cómo esa identidad organizacional se va insertando en los cambios de las formas de organización e impacta en el desarrollo de la sociedad. De esto se dará cuenta de seguidas.

2.- LA IDENTIDAD CUANDO LAS ORGANIZACIONES CAMBIAN O SE ADAPTAN A LA REALIDAD

Tal como se ha podido observar, en los diversos acápites que forman parte de esta investigación, la identidad es un elemento innato en el ser humano como en las organizaciones; su valor radica en el principio de la unicidad y la diferencia de unos con respecto a otros, pero afines con los intereses que permiten la identificación con un colectivo, o la misma sociedad en la que se desarrollan; postulados que como se han señalado, son herencia de la filosofía griega hasta nuestros días –tal como se mencionó en el capítulo II–, de ahí su pertinencia epistémica en este trabajo. A la luz de los cambios actuales, como por ejemplo la virtualización, la identidad organizacional ha replanteado el trabajo, el espacio y el tiempo de ejecución; de ahí que la misma dinámica en el desarrollo de la web afirme que las organizaciones:

(...) tienen localización virtual, ubicación, modos de acceso y de interacción con una estructura definida. En la web, ningún lugar está lejos. El aquí y el ahora de cada persona dista de un clic, de una dirección electrónica. Sin embargo, desde donde se interactúa, es un espacio físico asentado sobre un lugar antropológico. Los seres humanos no están en lo etéreo; no son partículas que flotan en el cosmos sin asidero alguno, como pudieran sostener algunos bardos. Todos tienen un espacio físico desde el cual acceden al ciberespacio. **Desde ahí, se conectan al mundo virtual, empero, no se desconectan de las raíces culturales que los sostienen, ni de las actividades biológicas y tangibles que hacen posible la existencia:** la alimentación, la vestimenta, la edificación, la medicina, el conocimiento, etc. (Aboaasi y Avendaño, 2021, 80-81) (Negritas nuestras).

Lo resaltado en negritas de la cita anterior, es el punto focal para tener en cuenta, puesto que, evidentemente, las organizaciones deben reinventarse a los fines de adaptarse a las circunstancias, por cuanto la dinámica social y tecnológica es continua, además de cambiante, y las organizaciones deben ir al ritmo de los avances de la sociedad. Ante los cambios tecnológicos las organizaciones actúan primero y luego se van adaptando. Son dos procesos que ocurren de manera concatenada. La actuación, desde el punto de vista antropológico, es el primer impulso “de hacer” ante lo desconocido, puesto que es una forma natural de sobrevivencia de un individuo, de un colectivo y, por ende, de una organización.

Una vez comprendido el proceso, las organizaciones se adaptan, adquieren las herramientas y los recursos capaces de competir con sus pares, haciendo que su esencia se mantenga a medida que se lo permita la misma dinámica que generó los cambios. Así, en la etapa de adaptación, la identidad organizativa se fortalece, independientemente de que en la organización se hayan hecho modificaciones estructurales y funcionales; es decir, ¿el qué somos como organización? se mantiene fuerte y sigue apostando a los cimientos fundacionales.

Es importante mencionar que la adaptación, como categoría de análisis en el mundo de las ciencias sociales y, específicamente en el campo de la Administración, se inicia en la década de los años 50 del siglo XX, sobresaliendo la Teoría de la Contingencia

y la Escuela de la Configuración. Un estudio realizado por González Macías (2015) concluye que:

A través de las seis décadas de estudio de la adaptabilidad organizacional, se ha identificado al entorno ambiental de la empresa como un condicionante determinante de la configuración estructural que debe adoptar, y de la adaptabilidad que ésta debe generar en respuesta a su entorno cambiante y a veces hostil, para poder implementar estrategias adecuadas que le ayuden a un mejor desempeño y productividad, propuesta generada desde la escuela de configuración. Dentro del enfoque de configuración, este modelo de escuela suele responder a una secuencia o ciclo de vida organizacional. La función de la estrategia entonces es "sacudir" a la organización para que pueda pasar de un estado a otro. Para algunos el ciclo es progresivo, para otros, la transformación es más dramática y hablan de una revitalización (González Macías, 2015, 76).

No se está alejado, entonces, de la idea de que toda adaptación se genera desde el mismo ambiente organizacional, es decir, desde su propia realidad interna frente a la presencia de situaciones que cambian en la dinámica externa en la cual se desarrollan. La capacidad de nuevas formas de adaptación organizativas se mantiene frente a la evolución y transformación del mundo. En la actualidad, la tecnología rige las reglas de sobrevivencia de algunas organizaciones y la calidad de su existencia.

Se debe tener claro que, las mismas organizaciones comprenden que deben crear un ambiente idóneo, capaz de adaptarse a los cambios continuos; pues, nada es permanente, todo tiene temporalidad o, en términos económicos, todo tiene fecha de caducidad; puesto que la sociedad cambia, la tecnología cambia, el mercado cambia (Labarca, 2008; González, 2015).

De este modo, una organización con raíces fuertes, con una identidad sólida, debe estar preparada para asumir los retos de la nueva realidad a la que se tendrá que enfrentar; logrando así que toda la estructura de la organización se adapte ante los cambios. Si bien es cierto, el proceso de adaptación significa que la organización cambie, no implica que la identidad de la organización sufra modificaciones, por cuanto, desde el mismo momento de su creación, posee elementos que la hacen única y diferenciable ante cualquier otra organización existente en el mercado. Las organizaciones se pueden reestructurar, readaptar, actualizar, pero no cambiar sus raíces fundacionales. Ello se traduciría en desarraigarse, perder su identidad y su marca identitaria. Las organizaciones, al igual que las plantas, se pueden podar, pero no cambiar sus raíces porque mueren.

Con el paso del tiempo, toda organización se fortalece en el mercado consolidando también su identidad. La manera como se presenta –nueva imagen, actualizaciones, etc. – es una derivación de la necesidad de adaptarse a los avances normales en el desarrollo de la sociedad. Así, el mundo organizacional va de la mano de la sociedad en la que se desenvuelve, pues, ésta se estructura por un conglomerado de organizaciones que permiten su desarrollo.

En este orden de ideas, Velásquez (2007) considera que, en la actualidad, la definición de organización se ha redefinido producto de los cambios que ha generado el siglo XXI, en cuanto al avance de la tecnología de la información (predominio del

clúster de conocimiento), además de los nuevos enfoques de las relaciones humanas y del mercado global. En tal sentido, la organización es:

(...) un sistema orgánico inmerso en un medio hostil con el que se intercambia energía, materia, información y dinero, es decir, que la organización es un sistema socio-técnico abierto, el cual posee, relaciones de entradas (insumos), salidas (productos) y retroalimentación o ciclos de retorno para modificar el propio sistema, en estructura, operación, función o propósito, permitiendo su permanencia en el tiempo, además de procesos internos de readaptación, construcción y auto-reparación, que le permiten interrelacionarse adecuadamente con un entorno (Velásquez, 2007, 132).

La definición anterior nos ejemplifica la dinámica de las organizaciones en el mundo de hoy. El sistema es el fundamento complejo de la interrelación de estas. A medida que se evoluciona en el tiempo y, evidentemente, en el espacio, las concepciones se hacen cada vez más complejas. De ahí que, la complejidad³² se convierta en una de las características de los elementos que hacen vida en las organizaciones. Su conocimiento y comprensión solo es posible desde distintos enfoques y desde la transdisciplinariedad. Puesto que:

Una empresa se auto-eco-organiza en torno a su mercado: el mercado, un fenómeno a la vez ordenado, organizado y aleatorio. Aleatorio porque no hay certidumbre absoluta sobre las oportunidades y posibilidades de vender los productos y los servicios, aunque haya posibilidades, probabilidades, plausibilidades. El mercado es una mezcla de orden y de desorden. Desafortunadamente —o felizmente— el universo entero es un cocktail de orden, desorden y organización. Estamos en un universo del que no podemos

³² El pensamiento complejo, más que un postulado, es la esencia misma de las organizaciones del siglo XXI, que considera la desintegración y la decadencia en el contexto de la incertidumbre, así como los factores a fortalecer para lograr su desarrollo y permanencia en el tiempo. El mundo actual requiere de organizaciones cónsonas con los retos que la dinámica social, política y económica está mostrando. Véase: Morín (1994).

eliminar lo aleatorio, lo incierto, el desorden. Debemos vivir y tratar con el desorden.

¿El orden? Es todo aquello que es repetición, constancia, invariabilidad, todo aquello que puede ser puesto bajo la égida de una relación altamente probable, encuadrada bajo la dependencia de una ley (...) El desorden, (...) es todo aquello que es irregularidad, desviación con respecto a una estructura dada, elemento aleatorio, imprevisibilidad” (Morín, 1994,124-125).

Ahora bien, en una organización, el “puro desorden” atentaría sobre la organización misma, puesto que la necesaria estabilidad es lo que garantiza su funcionamiento. Pero, además, el “puro orden”, también traería la desaparición de esta, puesto que no tendría la capacidad para innovar, crear, reinventarse. Es decir, evolucionar y estar a la altura de los cambios naturales de la realidad.

Hoy en día, las organizaciones, más que en épocas pasadas —donde los cambios fueron “relativamente más lentos”— necesitan convivir con el orden y el desorden; situación que no va en detrimento de su solidez; todo lo contrario, les permite afrontar mecanismos del entorno que, la mayoría de las veces, desintegran o degradan las reglas de juego por las cuales se rigen. La capacidad de manejarlos puede generarles beneficios con respecto a sus pares. Pues, al comprender que:

Toda organización, como todo fenómeno físico, organizacional y, por cierto, viviente, tiende a degradarse y a degenerar. El fenómeno de la desintegración y de la decadencia es un fenómeno normal. Dicho de otro modo, lo normal no es que las cosas duren, como tales, eso sería, por el contrario, inquietante. No hay ninguna receta de equilibrio. La única manera de luchar contra la degeneración está en la regeneración permanente, dicho de otro modo, en la aptitud del conjunto de la organización de regenerarse y reorganizarse haciendo frente a todos los procesos de desintegración (Morín, 1994, 125).

Tal acción es posible a través de la gestión de la complejidad dentro de la organización. Una prueba de esto son las organizaciones inteligentes³³ que, al contar con líderes “(...) diseñadores, administradores y maestros” (Morales, 2011, 110), son responsables de construir organizaciones donde la gente expande continuamente su aptitud para comprender la complejidad, clarificar la visión y mejorar los modelos mentales compartidos, es decir, son responsables de aprender. Es así como la totalidad de los líderes sobresalientes se distinguen por sus ideas claras y persuasivas, por la hondura de su compromiso y por la apertura al aprendizaje continuo.

En tal sentido, es necesario un equilibrio ante el desorden y la desintegración en las normas de juego. La velocidad del avance tecnológico, la desaceleración de los mercados, la inestabilidad política, la pobreza extrema y la lenta inclusión en el proceso productivo, requiere del consenso, pero, sobre todo, de la comprensión de que todos forman parte de la realidad organizativa. Por consiguiente, separados es más difícil tener conciencia de los problemas y de la resolución de estos.

³³ En las organizaciones inteligentes los sujetos están inmersos en un proceso complejo. Porque, son seres vivos que personifican el conocimiento y, en todas sus actividades, compendian la razón, la emoción, la lógica y, la intuición. Por tanto, en el mundo de las corporaciones, la capacidad de emprender es un aspecto que requiere la comprensión de que “(...) las personas son un universo en sí mismas y hay que crear espacios, contextos, para que sean ellas mismas y desarrollen en libertad de pensamiento, sus ideas y conclusiones”. (Bueno, 2002,9). Pero, además, “(...) los líderes son diseñadores, administradores y maestros. Son responsables de construir organizaciones donde la gente expande continuamente su aptitud para comprender la complejidad, clarificar la visión y mejorar los modelos mentales compartidos, es decir, son responsables de aprender. Es así como la totalidad de los líderes sobresalientes se distingue por sus ideas claras y persuasivas, por la hondura de su compromiso, por la apertura al aprendizaje continuo” (Morín, 2005,10).

De acuerdo con Zuñiga (2017), en la actualidad, para sobrevivir y garantizar un crecimiento, las organizaciones deben estar a la par de los cambios tanto del mercado, la sociedad como de la misma dinámica organizacional. Se debe tener presente que, debido a la globalización, la tecnología y la aceleración de la economía mundial, los cambios cada vez son más rápidos, en consideración con el siglo pasado. De ahí que es necesario hacer frente, de manera audaz, a la rapidez con la que se mueve el mercado. Las organizaciones que no se preparen para enfrentar los retos presentes y que se avecinan, están condenadas a desaparecer³⁴. Pero desde el interior de algunas organizaciones existe resistencia al cambio, puesto que:

(...) los propietarios (...) o los CEO (Chief Executive Officer) manifiestan angustias ante los cambios, puesto que temen a la pérdida económica, rotura de patrones de confort, es por esto que las empresas se demoran en los cambios de sus procesos y cuando son conscientes de iniciar los cambios generalmente ya es muy tarde. Las siguientes grandes organizaciones a nivel mundial son un gran ejemplo de la forma como dichas empresas quebraron ingresando al grupo de las organizaciones declaradas en bancarrota. Kodak, Blockbuster Video, Interbolsa Enron (Zuñiga, 2017, 42).

La necesidad de enfrentar los cambios y adaptarse a la velocidad de los mismos, lleva a reflexiones por parte de los integrantes de las organizaciones. Siendo necesario, responder y comprender que el:

“¿Dónde estamos?, ¿Estamos en el negocio adecuado?, ¿En qué tipo de negocio nos debemos convertir?, ¿Estamos en el mercado correcto?, ¿Deberíamos rediseñar nuestro negocio?, ¿Cuáles nuevos competidores están incursionando a nuestra industria?, ¿Qué estrategias debemos adoptar?,

³⁴ “[Algunos] ejemplos las cadenas de librerías, los periódicos impresos, las empresas de alquiler de videos, las organizaciones hospitalarias, etc.” (Zuñiga, 2017,42).

¿Cómo están cambiando nuestros clientes?, ¿Se están desarrollando nuevas tecnologías que puedan dejarnos fuera del negocio? (Zuñiga, 2017, 43.).

Las respuestas conllevan a la implementación de medidas que faciliten, desde las estructuras de la organización, los cambios, la permanencia y la consolidación en el mercado o campo en el que se desenvuelven. Dichas medidas, además, deben favorecer el fortalecimiento de la identidad de la organización. Para ello es necesaria la revisión periódica de cómo se maneja la organización ante los cambios dentro y fuera de sus elementos culturales; es decir, los símbolos, la historia, los valores, el lenguaje, entre otros atributos que permiten ser únicos y diferentes a otros (Zuñiga, 2017).

www.bdigital.ula.ve

Es importante mencionar, siguiendo a Gutiérrez *et.al* (2019)³⁵, que la comprensión de los cambios organizacionales y su relación con la tecnología, es más compleja de lo que se cree, puesto que se deben analizar las circunstancias en que la dinámica organizacional es “embestida” por la nueva tecnología, y luego descifrar cómo esta es aprehendida por los miembros de la organización. A partir de ahí, se intenta crear estrategias de adaptación para enfrentar los cambios y, sobre todo, la nueva realidad en la que se inserta la organización. Estos autores destacan que, en los últimos años,

³⁵ Los otros autores que participan en el artículo son: Gutiérrez r., Viviana A., Aguilar Z., José J. y Medina V., Javier E. (2019). Véase fuentes consultada en línea al final del trabajo.

se ha tratado de comprender los cambios en la organización a través de cuatro corrientes de pensamiento: ciclo de vida, teleología, dialéctica y evolucionaria³⁶.

Aunado a lo anterior, surge la inquietud por saber si la tecnología, como principal factor de cambio organizacional, afecta la identidad organizacional. Sobre el particular, hay autores que sostienen que sí, porque la organización trastoca la percepción sobre sí misma. Mientras que otros autores mantienen la postura de que las organizaciones no cambian de manera natural, más bien, se ven forzadas a ello. (González, 2014). En el cuadro siguiente se harán las representaciones de estos enfoques:

www.bdigital.ula.ve

³⁶ Así entonces: “(...) estas tipologías se diferencian por dos tipos de características, por la unidad de análisis y por el modo de cambio. Por un lado, la unidad de análisis hace referencia a si el cambio se genera en una entidad singular, entendiéndose por entidad (...) o en múltiples entidades. Por otro lado, por el modo de cambio que se divide en prescriptivo y constructivista, donde el prescriptivo hace referencia a que la secuencia de eventos de cambio están determinados previamente y son predecibles, debido a que sigue el patrón de estados anteriores, generando cambios de primer-orden, es decir pequeños cambios que en el largo plazo pueden acumularse para producir un gran cambio; mientras que el proceso constructivista hace referencia a una progresión que es construida y emerge mientras el proceso de cambio se despliega, generando cambios de segundo-orden, es decir cambios que rompen con los supuestos y marcos básicos utilizados hasta entonces”. (Gutiérrez, *et al*, 2019, 4).

Cuadro N° 2 Posturas sobre el cambio de identidad en las organizaciones

Autores	¿Qué pasa con la Identidad?
(Gioia y Thomas, 1996; Reger, Gustafson, DeMarie, y Mullane, 1994)	La identidad de la organización puede cambiar y, en algunos casos, podría incluso tener que cambiar.
Hatch y Schultz (2002, 2004)	Propusieron un modelo de IO destacando la dinámica de los procesos especificados por el cual la IO surge de la interminable conversación entre los miembros de una cultura organizacional y los stakeholders.
(Fiol, 2002)	No todas las organizaciones deben cambiar su identidad para sobrevivir o poner en práctica otros cambios en la organización.
Corley (2005)	Otros estudios demuestran el potencial (y a veces necesidad) para que el cambio de identidad se produzca. sugiere que los investigadores investiguen la dinámica de la dirección organizativa de identidad en base a cinco dimensiones: (a) la naturaleza del cambio de identidad (¿qué está cambiando?), (b) la frecuencia del cambio de identidad (¿con qué frecuencia se producen los cambios?), (c) la velocidad del cambio de identidad (¿Cuánto tiempo los cambios que se?), (d) el origen del cambio (¿cómo surgió la cambio?), y (e) el modo y la unidad de cambio (¿cuáles son los motores del cambio?).

Fuente: Elaboración propia a partir de Gonzáles (2014, 69-70).

En este orden de ideas, la identidad de las organizaciones es y seguirá siendo objeto de análisis, por cuanto la realidad del mercado y el avance acelerado de la tecnología están dando indicios de que las organizaciones, quieran o no, deben adaptarse y generar cambios en sus estructuras, no sólo técnicas sino mentales, a los fines de permanecer y consolidarse en el tiempo. La identidad, como mecanismo de cohesión, también puede sufrir cambios, no en el sentido de que pierda su esencia, sino en la

manera en que se diseñen nuevas estrategias para que lleguen a un público cada vez más exigente. Pero, también, para que sus integrantes comprendan la necesidad de los cambios y fortalezcan su sentido de pertenencia. Evidentemente, para ello es fundamental recurrir a la Historia.

Siguiendo a Rueda *et al* (2018), en la actualidad, las organizaciones deben comprender el cambio como un proceso en el cual la estrategia a seguir dependerá de qué tanto afecta la cultura organizacional y las acciones que tome la directiva. De ahí que sea necesario en:

(...) las organizaciones generar una cultura organizacional que fomente la creatividad y la innovación en sus colaboradores, además de contar con estructuras flexibles que permitan aprovechar estos disparadores del cambio. Por lo tanto, más allá de que la gestión del cambio sea un proceso estratégico, debería incorporarse en todas las actividades de la organización, como una herramienta que permita aprender y anticiparse a las variaciones del contexto, además de volverla un hábito en todos los niveles, de forma que se constituya en una espiral cuyo desarrollo sea un pilar en el crecimiento organizacional (...)

Los modelos de cambio organizacional enuncian acciones para que las organizaciones enfrenten los cambios y aumenten su capacidad para gestionarlos a su favor, pero ninguno va a asegurar el éxito deseado si no se consideran a las personas como principal fuente de creatividad y agentes generadores de innovación (Rueda *et al*, 2018, 6).

No se debe olvidar que, el siglo XXI trajo consigo, con mayor fuerza, el mundo digital o virtual. La rapidez de la respuesta a las reacciones del mercado mundial no se puede controlar, mucho menos asimilar. De ahí que, surgiera la necesidad de que las organizaciones –ahora cada vez más virtualizadas– corrieran a la misma velocidad de la tecnología. Esto se tradujo en cambios vertiginosos en la dinámica social, y, por

ende, en la esencia de las organizaciones. Las innovaciones, por tanto, llegan a ser, en la mayoría de las organizaciones, el pilar fundamental que les garantiza su adaptación y éxito a través del tiempo. A continuación, daremos cuenta de ello.

3.- LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN EL CONTEXTO DE LA INCERTIDUMBRE ¿INNOVAR O DESAPARECER?

En el mundo organizacional, el término innovación³⁷ comenzó a ser usado en la década de los noventa del siglo XX, como la implementación de nuevos “productos, servicios, tecnologías, herramientas que aporten, generen o incrementen valor. Dicho de otra forma, más gráfica, convertir las ideas en facturas, el *Know how*, en *Cash Flow*” (Villoch: 2017, 18). A partir de entonces, en las organizaciones se hizo necesario crear departamentos o unidades para la innovación como espacios de análisis de la creatividad, la curiosidad y el conocimiento del mercado, con el fin de elaborar nuevos productos o mejorar los existentes para satisfacer los gustos y las necesidades de los clientes.

Siguiendo a Villoch (2017), la innovación en las organizaciones no solo consiste en crear la idea. Su esencia es llevarla a la práctica, es decir, presentarla al mercado con el fin de que logre dos de sus más preciadas cualidades: novedad y valor. Su

³⁷ El término innovación, en el ámbito económico, fue introducido por Joseph Schumpeter como “destrucción creativa”. Pues, para él, la innovación tiene la cualidad de cambiar “(...) los procesos de hacer los productos o servicios por nuevas formas más productivas y por productos mejores, por lo que acaba eliminando los procesos antiguos” (Giner, 2018, 9).

aceptación puede cambiar la realidad y hacer que sus más próximos competidores se adapten o innoven sobre el producto o servicio creado. Por tal motivo, debe estar a la par de los avances de la ciencia y de la tecnología; su aplicación debe generar productos o servicios novedosos.

Así, la innovación, como proceso creativo, debe dar como resultado “nuevos” bienes. En la mayoría de los casos, mejora, simplifica y hasta adapta los productos existentes a nuevas necesidades, posicionando en el mercado la marca y, en muchas ocasiones, la consolida. A fin de cuentas, la innovación debe satisfacer las necesidades de los clientes –social, económica o tecnológicamente–, quienes ven el producto como sinónimo de calidad de vida, en consecuencia, se asocia con la idea de progreso y bienestar.

Para Cruz (2017), el cambio, el mejoramiento, la solución, la simplificación, la adaptabilidad, el hacer más fácil y el progreso, son las características de la innovación. Se habla de cambio, porque busca modificar lo existente o simplemente hacer uno nuevo; de mejor, porque, desde el mismo momento que logra superar el producto o bien que ya estaba, se perfecciona; de solución, porque puede resolver problemas que faciliten la vida de los clientes o usuarios en general; de simplificación, porque, desde el mismo momento en que el producto o bien sea de simple manejo, ahorra tiempo y energía; de adaptabilidad, debido a que, con el arte de adaptación a nuevas realidades, toma en cuenta lo cambiante que son las necesidades

humanas; también se habla de hacer más fácil porque, por esencia, la innovación busca simplificar el acceso a las personas; y, finalmente, se alude al progreso porque logra un avance en las condiciones de vida de las personas en sociedad, superando las barreras del pasado.

En el mundo de las organizaciones el proceso de innovación puede ser evolutivo, adaptativo, progresivo, incremental³⁸ o más radical. Esta última etapa es denominada: *innovación disruptiva*, proceso de creación capaz de generar un cambio drástico que puede ocasionar la desaparición de ciertos productos o servicios en el mercado o quiebra de organizaciones. Tal como ha ocurrido últimamente, por ejemplo, con los cambios tecnológicos, los cuales han modificado, en cierta manera, cómo las organizaciones enfrentan las competencias y las exigencias del mercado. Aludiendo nuevamente a Bauman (2003), es posible mantenerse en el tiempo a partir de la adaptabilidad y de los cambios que ocurran dentro de la dinámica creativa de las organizaciones. Quienes no se atreven a enfrentar las exigencias del mundo actual están condenados a desaparecer. Por ende, la innovación disruptiva, como cultura, podría ser el andamiaje que sostenga, a lo largo de los años, a todas aquellas organizaciones que apuesten por un proceso creativo apegado a las nuevas realidades del mundo virtual. Sobre este tipo de innovación se dará cuenta a reglón seguido.

³⁸ Fue Clayton Christensen quien hizo uso del término al momento de diferenciarlo de la innovación disruptiva. Para él, la innovación incremental tiene como fin crear nuevos mecanismos para mejorar los productos existentes. “Este tipo de innovación asume una evolución constante del producto en el tiempo, se centra en la mejora continua del producto o servicio ofertado, el cual, se va perfeccionando, y se va adaptando a las nuevas necesidades de los clientes”. (Giner, 2018, 11).

3.1.- LA INNOVACIÓN DISRUPTIVA COMO CULTURA ORGANIZACIONAL

En 1997, el profesor de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, Clayton Christensen, propuso el término de innovación disruptiva, definiéndolo como el proceso de creación de un producto que logra superar radicalmente a los existentes en el mercado. Comprendiendo por producto como cualquier bien, servicio, procedimiento, metodología, etc., que ha resultado de la aplicación de nuevas tecnologías. Christensen para Giner (2018) destaca que una innovación disruptiva se caracteriza por tres elementos. Primero, dar respuesta a (alguna o todas) las necesidades que antes no habían sido satisfechas; segundo, porque tiene la facultad de captar nuevos consumidores; y tercero, el producto o bien tiene unas cualidades propias y nuevas con respecto a los existentes en el mercado, lo que los hace atractivos a los diferentes tipos de consumidores (de todos los segmentos sociales). Estas características pueden renovar la vida de una organización, retrasarla con respecto a sus pares, o generar su desaparición por lógica competitiva.

Una organización con pocos recursos, pero con la capacidad de cambiar de manera radical un producto o concepto en el mercado, puede competir con grandes organizaciones que no se arriesgaron al cambio. De ahí que las supere, o simplemente vayan perdiendo fuerzas hasta desaparecer (Giner, 2018). Si bien es cierto, el cambio puede ser una constante, no siempre ocurre de manera tan radical, puesto que las grandes organizaciones también están en capacidad de realizar innovaciones

disruptivas que no permitan la competencia en el mercado a otras organizaciones consolidadas, ni mucho menos sea viable la inclusión de pequeñas empresas. El asunto no está en el resultado –desaparición o caída– de una organización, sino en los mecanismos que permitan comprender cómo se llega a la debacle si la misión y visión siempre estuvo encaminada a satisfacer las necesidades de sus consumidores. La respuesta, desde los planteamientos de Christensen, se acerca a la importancia de la innovación disruptiva como cultura dentro de las organizaciones, y, más aún, en los tiempos bajo el dominio de la virtualidad.

La dinámica del mercado actual, los avances tecnológicos, los nuevos descubrimientos científicos, y, sobre todo, la era de la virtualización, están haciendo que las organizaciones replanteen su *ser* y *deber ser* como organización. Es innegable que las necesidades cambian con el pasar de los años. Conceptos como visión, misión y alcance en el mundo organizacional han tenido que adaptarse a los nuevos paradigmas. Algunas grandes organizaciones optan por reinventarse o simplemente adaptarse.

En los últimos tiempos, los departamentos creativos de las organizaciones han visto la innovación más como una necesidad de sobrevivencia que de permanencia; y, de acuerdo con la dinámica tecnológica actual, el innovar disruptivo –comprendido como proceso no como evento– ya no es una opción, sino una obligación entre los más fuertes.

De acuerdo con Giner (2018), la innovación disruptiva se ha convertido en un proceso beneficioso no solamente para las organizaciones sino para los países en general, puesto que la introducción de un nuevo producto en el mercado genera inversión de capital, así como puestos de trabajo para la fabricación y distribución, todo ello en aras de dinamizar la economía a partir del consumo. Además, la competencia en el mercado crea la necesidad y oportunidad de otras organizaciones por cambiar o mejorar los productos existentes.

Villich (2017) considera que una organización tiene un porqué al momento de tomar la innovación disruptiva como cultura. Para él las razones más comunes son:

www.bdigital.ula.ve

(...) para adaptarse a nuevos tiempos, a los gustos o necesidades de unos clientes que han cambiado en sus hábitos (market pull); para ser más eficientes, optimizando procesos y aligerando costes, quizás incorporando nuevas tecnologías (technology push) para competir mejor, para diferenciarse de los competidores, o mejor aún, encontrando espacios en los que no exista la competencia; para conectar con tendencias, antes de que sean modas, y capturar los beneficios de ser “pionero” y aprovechar todas las oportunidades de crecimiento en campos pocos explorados... Quién tiene un porqué, encuentra un cómo (19).

Si se toma en cuenta que la cultura organizacional se basa en los valores de orden ético, entendido como el arquetipo de pensamiento que determina el accionar de una organización a través de sus preceptos, tales como: historia, identidad, misión, visión, etc., se está en presencia de hacer de la innovación disruptiva un valor más en el diario desempeño de la organización (Ramírez *et al*, 2005). No en vano, hoy en día,

cada organización debe ir la vanguardia de los cambios innovadores: inventarse y reinventarse a cada instante para poder subsistir y perdurar a través del tiempo, generando un impacto social significativo que tenga como norte mejorar la calidad de vida.

El sendero disruptivo señalado por Christensen es un modelo para tomar en consideración. Siendo necesario comprender que las organizaciones, como la sociedad misma, dependen de actores y acciones que permitirán los avances sin estar exentos de situaciones que transgredan su “normal desempeño”. En esta era digital, la pandemia del coronavirus (Covid-19)³⁹ dejó al descubierto lo que ya era una verdad a voces para las organizaciones: se reinventan o perecen. Aunque no es la primera vez que la sociedad se ve afectada a nivel global por enfermedades asoladoras, esta pandemia fue un punto de inflexión, por cuanto, transgredió la cotidianidad de los habitantes del planeta.⁴⁰ Demostrando que, como crisis sanitaria, puso:

(...) en evidencia los grandes desequilibrios regionales que caracterizan el modelo de mundialización contemporánea, los modos de producción insostenibles para la conservación del planeta, o las relaciones sociales, cada vez más virtuales. Ese marco de relaciones planetarias que se ha dado en denominar globalización, determinado por desigualdades lacerantes

³⁹ De acuerdo con la página oficial de la OMS (Organización Mundial de la Salud) el Covid 19 es: “(...) la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China). Para información oficial sobre el Virus, véase: <https://www.who.int/es>

⁴⁰ El coronavirus “(...) pone de manifiesto las debilidades sistémicas de la ideología dominante del siglo XXI. Una de ellas es la creencia errónea de que el progreso científico y tecnológico por sí solo puede impulsar el progreso humano y moral. Esta creencia nos incita a confiar en que los expertos científicos pueden solucionar los problemas sociales comunes. El coronavirus debería ser una demostración de ello a la vista de todos” (Markus, 2020, 131).

estructurales que actúan como condición necesaria para el mantenimiento del propio sistema (Dueñas y San Francisco, 2020,13).

Es interesante resaltar que la crisis del Covid-19 dejó al descubierto las debilidades de aquellas organizaciones que, a pesar de la realidad digital presente, se habían resistido a los cambios; o los realizados no aseguraban afrontarse a los retos que se les presentaban. Tal como expresa Zizek (2020), cobra más fuerza la tecnología como medio de control y barrera ante la pandemia. No en vano, los mercados, las sociedades, los individuos y las organizaciones vieron afectado sus ritmos. Las relaciones mercantiles, las relaciones interpersonales y los sistemas de producción, aunque en shock, fueron saliendo del letargo y usaron lo que tenían a la mano: la virtualidad como panacea.

Con el Coronavirus, el tiempo y el espacio tomaron más vigencia en el mundo de las organizaciones. La Modernidad Líquida de Bauman se estaba expresando. La vigencia de las jornadas de trabajo, la presencia física en las oficinas y la vestimenta de trabajo, dejaron de tener sentido. La vida pública transgredió el espacio doméstico y viceversa. El trabajo (entre otras actividades como el estudio, por ejemplo) irrumpió en el hogar sin permiso y sin opción de queja. Los equipos tecnológicos dentro del espacio doméstico se convirtieron en productos de primera necesidad. Ahora sí, se está frente al mundo virtual, el cual invadió la intimidad para quedarse. (Chul Han, 2020; Aboaasi, 2021).

Frente a este panorama, cabe preguntarse: ¿la Identidad en el mundo de las organizaciones, bajo el Covid-19, sufrió modificaciones, se innovó, se adaptó o simplemente pereció? La respuesta es clara: La Identidad de una organización contempla elementos que, por la misma historia de la organización, permanecen intactas; pero la misma dinámica y evolución en el tiempo les ha permitido adaptarse, innovarse y reinventarse para estar a la par de las exigencias de los mercados, los consumidores y los avances tecnológicos.

La pandemia demostró que la Identidad es el factor cohesionador de las organizaciones que une a cada una, con su *ser* y *deber ser*, desde lo interno y lo externo. Este coronavirus permitió cambiar las posturas que, desde las distintas teorías organizacionales, concebían las actividades productivas. En este momento, se puede dirigir una empresa desde la comodidad de la casa. La jornada laboral de ocho horas diarias no requiere un cumplimiento en un segmento de horario y en un espacio físico, que, si bien es cierto, identificaba a la empresa: oficina, cubículo, taller, etc. Esa línea tan definida se difuminó al punto de que ya no existe. La importancia radica en la productividad sin que forme parte la manera de cómo se desempeñan los objetivos. La diversidad de actividades llegó a su máxima expresión sin transgredir la identidad de las organizaciones.

Se suman ahora, con mayor fuerza, las comunicaciones digitales. Se ofrecen servicios y productos mediante la Red de Internet; de ahí que las organizaciones, a través de su capital humano y bajo la tendencia de la gestión del conocimiento, hicieron del mundo virtual la vitrina capaz de ofrecer sus productos en la vía infinita del ciberespacio. Aunque la sociedad se aisló buscando vías para contrarrestar la pandemia, las organizaciones, a través del mundo virtual o digital, salieron de sus oficinas e industrias a fin de irrumpir o invadir con mayor fuerza dicha sociedad.

Así, ante la existencia de ese enemigo invisible pandémico que transformó a la sociedad y, por ende, a las organizaciones, se crearon medios disruptivos para hacerle frente, y resultaron ser efectivos. Esto ya forma parte de la historia organizacional y de la historia de las organizaciones que, ante tantas incertidumbres, desde el 2020, supieron navegar a puerto seguro, adaptándose a la virtualidad sin socavar su identidad. El cuadro que sigue, resume lo hasta aquí argüido:

Cuadro N° 3 De cómo la Identidad conquista el mundo de las organizaciones

Desde que Albert y Whetten, en 1985, aplicaron el término de identidad al mundo de las organizaciones, a través de la pregunta *¿quiénes somos como organización?*, se generaron en las ciencias sociales diversas respuestas epistémicas aunadas con la antigüedad griega, al caracterizar a la *identidad organizacional* como elemento único, distinto y duradero, acorde al mundo cambiante de hoy. Así, se perfilaron términos que contribuyeron en la visión de la identidad de la organización, como por ejemplo la *imagen*: cualidad que hace la diferencia de una u otra organización a partir de lo que transmite desde afuera, de dicho término derivó la pregunta: *¿cómo nos ven los demás?* Es decir, las otras organizaciones, el público, etc.

La *identificación*, como categoría analítica, generó la discusión de que todos los miembros de una organización deben identificarse con su organización; por ende, la *cultura organizacional*, entendida por muchos como conjunto de prácticas que identifican a los individuos con el ente al que pertenecen, se convierte en un elemento en la *identidad organizacional*. En consecuencia, los valores como centralidad, durabilidad y diferenciación se convirtieron en las cualidades de una organización en el tiempo. Sin olvidar, lo individual, lo colectivo y lo organizativo como niveles propios de la identidad en el mundo de las organizaciones.

A raíz del avance acelerado de la tecnología, las organizaciones han tenido que actuar, adaptarse y replantear sus concepciones sobre el tiempo, el trabajo y el espacio, a los fines de mantenerse y consolidarse en la realidad en la que se encuentran sumergidas. Las organizaciones se pueden reestructurar, readaptar, actualizar, pero no pueden cambiar sus raíces fundacionales. Ello se traduciría en desarraigarse, perder su identidad. En la actualidad, la innovación se ha convertido en un pilar de las organizaciones en el contexto de la incertidumbre, haciendo de los cambios la oportunidad para sobrellevar las circunstancias. Las organizaciones apuestan a la innovación disruptiva cónsona con las nuevas realidades del mundo virtual. La pandemia del Covid 19 dejó como lección que esta innovación es posible en las organizaciones si tienen una identidad e historia consolidadas.

CAPÍTULO IV
LA HISTORIA EN EL MUNDO
DE LAS ORGANIZACIONES

En este capítulo se dará cuenta sobre la relación de la Historia, su tiempo y su correspondencia con el mundo organizacional y, además, de cómo la Historia de las Mentalidades y la Historia Oral permiten comprender la historia de la organización y la historia organizacional. El enfoque estará direccionado desde la Nueva Historia: corriente de pensamiento dentro de la disciplina histórica que busca nuevos actores y acontecimientos de mayor sensibilidad social, a fin de analizar, desde otras miradas, la importancia de la historia en la construcción de la identidad en las organizaciones.

1.- LA HISTORIA: UNA CIENCIA PARA LA COMPRENSIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

La Historia, siguiendo a Bloch (1982), es la ciencia que se encarga del estudio del hombre a través del tiempo, dentro de un contexto y bajo circunstancias determinadas. Es un esfuerzo de comprensión dado que el individuo está en constante movimiento dentro de su entorno⁴¹. Ese movimiento es lo que permite que la humanidad evolucione, supere las barreras del tiempo y sea objeto de análisis para la reconstrucción de un pasado desde el presente, sin desvincularse el uno del otro. No obstante: “La historia empieza a interesarse por el pasado cuando por primera vez aparecen en él seres humanos. Su especial incumbencia son las experiencias y las

⁴¹ Betancourt (1995) señala: “En su sentido más general, la historia ha sido entendida como la disciplina que estudia la realidad social en tanto dicha realidad se comporta como un conjunto de particularidades en movimiento” (22).

acciones humanas (...) Ese es el objeto de la historia: el pasado humano” (Walsh, 1976, 30).

En tal sentido, la historia, al tratar sobre las acciones y los sufrimientos de los seres humanos, se relaciona directamente con su entorno, con la sociedad; en fin, con el mundo que le rodea, puesto que no está ajena a lo que ocurre a su alrededor que la transforma, haciéndola mejor o peor (Walsh, 1976). Al no estar exenta de su contexto, enfoca “(...) siempre su estudio al hombre en relación con la comunidad de que forma parte, y con el desarrollo de ésta”. (Brom, 1982, 20). Tal idea de la Historia, como el gran relato sobre el individuo en su entorno, ha estado implícita y explícita en varios autores. De seguidas, se mencionarán algunas definiciones:

(...) “el espejo de la vida humana” (La Popelinière), “una narración continua de cosas verdaderas, grandes y públicas” (Le Moyne), “lo que ha sucedido entre los hombres” (Leibniz), “el relato de los hechos tomados por verdaderos” (Voltaire), la “realidad pasada” (Beard), los “asuntos humanos del pasado” (Hempel), “el pasado, en cuanto se lo conoce” (Galbraith), la “ciencia de las sociedades humanas” (Fustel de Coulanges), (...), la “ciencia del pasado, ciencia del presente” (Febvre). A la inversa, puede recordarse lo que la historia no es: una fábula, una requisitoria, una glorificación, una denuncia (Jablonka, 2016, 138).

Sin embargo, el sociólogo francés Chaunu (1985) considera que la historia, como ciencia social, debe ser comprendida a través de dos categorías que marcan el desarrollo de la humanidad: la duración o tiempo, y el espacio.⁴² Para este autor, la

⁴² Tal concepción está contextualizada dentro de la época moderna. Hoy en día, con las Tics e internet, el espacio y el tiempo de antaño discurren bajo otra dinámica regida por la tecnología. Para ampliar sobre el tema se recomienda a Bauman (2005).

historia debe nutrirse de otras disciplinas para poder analizar, de modo más complejo u holístico, los cambios ocurridos en el devenir de las sociedades, puesto que:

(...) no se pueden abordar estos problemas sin los elementos de una cultura que necesita la ayuda de todas las ciencias del hombre, geografía, demografía, y además, etnografía, sociología, lingüística, economía, estadística; del concurso de todos los campos en los que se nutre hoy el historiador en su tentativa de aprehensión del pasado, de movilización de lo pretérito al servicio del presente, y de una mejor prospectiva (Chaunu, 1985, 25-26).

Con respecto al *tiempo*, éste, a lo largo de la historia de la humanidad, ha sido un factor determinante en el desarrollo de las sociedades. Todas las civilizaciones, a través de sus imaginarios, han tratado de controlar el tiempo. No en vano, algunas sociedades le dieron la categoría de deidad; otras crearon calendarios; y muchas, fraguaron la medición de sus jornadas laborales, recreativas y de ocio; siendo entonces, el tiempo un hecho cotidiano tanto público como privado, pero, además, individual y colectivo que organiza la dinámica humana en el entorno. No en vano: “Los moradores de la Tierra están divididos no solamente por la raza, la nación, la religión o la ideología, sino también, en cierto sentido, por su posición en el tiempo” (Toffler, 1973, 52).

Ello revela que los grupos humanos manejan el tiempo⁴³ de acuerdo con sus ideas, creencias, costumbres, tradiciones, necesidades y circunstancias. Básicamente, en cada época el tiempo funge como un indicador de las actividades económicas, laborales, sociales y religiosas, llevando implícito el paso de los días y sus acontecimientos en los cuales están envueltos los grupos humanos y sus interrelaciones. De ahí que el tiempo, en las sociedades es: “1. El tiempo organizado como secuencia (el Transcurso); 2. El tiempo organizado como radio de operaciones (el espacio); 3. El tiempo organizado como rapidez de cambios, como riqueza de combinaciones (la intensidad)” (Bagú, 1977, 106).

Las diferentes corrientes o escuelas de pensamiento histórico han pretendido resolver, o por lo menos aportar, elementos que contribuyan a despejar el problema del *tiempo histórico*, siendo obligatorio mencionar los alcances obtenidos por la Escuela de los Annales⁴⁴ que, a través de las categorías de la “*corta, media y larga duración*”, propuesta por Fernand Braudel, y del “*Estudio de lo factual*”, bajo la autoría de George Duby, abordaron el tiempo como categoría en el trabajo histórico.

⁴³ Para Ceballos (s/f), historiográficamente, las concepciones que más aportes han hecho al estudio del tiempo son las Escuelas positivista (siglo XIX), y la Interpretativa (siglo XX). La primera, considera el tiempo recto, acumulativo e invariable; los sucesos son pensados como únicos e irrepetibles. Mientras que, para la segunda, la historia tiene sus propios lapsos particulares de los procesos estudiados, es un conocimiento operante de tiempo que caracteriza una sociedad con respecto a su propia dinámica. Véase: Avendaño (2021).

⁴⁴ Fue fundada en 1929 por Lucien Febvre y Marc Bloch. Sus estudios fueron publicados en la Revista *Annales de Historia Económica y Social*. El propósito inicial de los Annales fue desarrollar nuevas formas de hacer Historia bajo tópicos nunca estudiados, y sin la preeminencia de la historia política y económica, enfoques manejados en la historia tradicional. Se recomienda: Avendaño (2021). En: Ramos-Barrera, M. G., Quintero-Peña, J.W. & Rivas-Torres, F. E. (2021).

Para Braudel (1974), los fenómenos sociales pueden ser múltiples, y, en consecuencia, ser analizados en función del tiempo en el que se desarrollaron. De ahí que se identifiquen tres tipos: a. *El fenómeno de corta duración*, son los acontecimientos que suceden bajo un lapso de tiempo que van desde un momento a unos años, pero además los hechos que se desarrollaron en ese intervalo, es decir, unas horas, unos días o unas semanas. b. *Los fenómenos de la mediana duración*, se refieren a los hechos que pueden ser estudiados en lapsos de tiempo que median entre los cortos y la larga duración; forman parte de la historia de las coyunturas, los procesos, los ciclos y las oscilaciones; acciones que cambian significativamente el rumbo de los acontecimientos⁴⁵. c. *La larga duración*, “(...) es el tiempo de las estructuras, de fenómenos casi inmóviles, de procesos lentísimos” (Pomian, 1988, 591). Además, es necesario comprender que:

La historia tradicional, atenta al tiempo breve, al individuo, al acontecimiento, nos ha acostumbrado desde hace mucho tiempo al relato precipitado, dramático, de corto aliento [...] mucho más allá [...] se sitúa una historia de aliento todavía más sostenido de sentido secular esta vez, y aún de larguísima duración (Chaunu, 1985, 91).

Ahora bien, los historiadores han recurrido a otras ciencias sociales para reflexionar sobre este tema, haciendo aportes significativos al estudio del tiempo⁴⁶ desde divergentes ópticas, cuyas categorías analíticas son importantes para la comprensión

⁴⁵ El concepto de Acontecer, “(...) abarca fenómenos muy heterogéneos, que sólo tienen en común un tiempo muy corto. Pero son los acontecimientos los que, en cuanto ligados a cambios irreversibles (descubrimientos, inventos, innovaciones de todas clases), introducen en la historia cierta linealidad”. (Pomian, 1988, 591-592).

⁴⁶ Desde el punto de vista filosófico se recomiendan las obras de: Husserl (1959); Heidegger (2003).

histórica. La Sociología es una de las ciencias que, en su estudio, maneja el *tiempo social*, el cual, a través de los años, pasó por varios enfoques fortaleciendo la importancia de la misma sociología, y, asimismo, dejó una clara lección epistémica: cada época debe entenderse *en y desde* su contexto.

Por ello, el *tiempo social* es “(...) ideal para las ciencias del hombre y una herramienta metodológica y explicativa útil para la comprensión de diferentes fenómenos sociales” (Solórzano, 2000, 27). Dicha categoría incluye conceptos que son conocidos por la historia: proceso, cambio y movimiento. Éstos, al ser aplicados a la realidad social, forman parte de los estudios históricos. Pero, además, son un complejo sistema en el que las duraciones y ritmos perceptibles o no, forman parte de la realidad simbólica y cultural de los individuos en su relación colectiva, en la que se hace necesario uniformar la temporalidad como forma de cohesión del grupo, garantizando la permanencia de éste, y, por ende, de la sociedad.

En este orden de ideas, el *tiempo social* contiene todos los tiempos de la dinámica humana “(...) entre los que podemos contar un tiempo mítico, un tiempo mágico, un tiempo económico...” (Solórzano, 2000, 28), los cuales se interrelacionan pasando por un proceso que va de lo individual a lo colectivo en cada entorno. Los modos en que los individuos se conectan con el tiempo, aunque sean disímiles unos de otros, permiten una cohesión social mucho más profunda, que, la mayoría de las veces, afecta una realidad.

Cada sociedad tiene una percepción muy particular acerca de los elementos que constituyen su cotidianidad. Existen diferentes posturas con respecto a la medición del tiempo, pero también sobre las etapas de la vida del ser humano como la de los otros seres vivos, y hasta se puede decir de los materiales que hacen posible esa cotidianidad. Por ende, el *tiempo social* no es concluyente, es un aporte para comprender la realidad con la cual se enfrenta el historiador y, sobre todo, la responsabilidad que implica para éste su acercamiento al pasado.

Si bien es cierto, el *tiempo social*, en casi todas las sociedades tiene un ritmo especial, no es menos válido que pasa por un proceso de cuantificación que, en varias ocasiones, es aprendido o impuesto a lo largo de la historia de la humanidad, pues:

No existe un tiempo social de una sola y simple colada, sino un tiempo social susceptible de mil velocidades; de mil lentitudes, tiempo que no tiene prácticamente nada que ver con el tiempo periodístico de la crónica y de la historia tradicional (Braudel, 1974, 29).

Dentro de las organizaciones, el tiempo se expresa en términos sociales, es decir, de acuerdo con ciclos o periodos en los cuales se dividen sus actividades. De ahí que, las horas, días y meses, en el sentido natural, no son términos utilizados en el mundo social de la organización. Es lo que Churnside (2008) ha destacado como el *tiempo social corporativo* atado a las agujas de un reloj en su proceso de operatividad. En

consecuencia, la medición del tiempo está apoyada en los lapsos o ciclos de producción, laboral y de gerencia⁴⁷.

Siguiendo a Maldonado, Arenas y Alonso (2007) se podría afirmar que el *tiempo cronológico* es una forma en que los individuos crearon un imaginario en torno a cómo se podían organizar socialmente. Así pues, el tiempo y el espacio social van:

(...) configurando la experiencia del ser humano en el mundo. Las acciones que realiza se van delimitando y se interpretan según el marco referencial que proporciona las respuestas de preguntas relacionadas con la muerte, la vida, la tragedia, el amor, etc., es decir, de los distintos hechos de la vida social en cada periodo histórico. (Maldonado, Arenas y Alonso, 2007, 5)

De este modo, en las organizaciones, el *tiempo social* es un constructo en el cual los individuos se adaptan al funcionamiento y las directrices de quienes manejan su jornada laboral o desempeño. Porque, como dijese Uguina (2003), las sociedades son un “gran caleidoscopio” con dimensiones espaciales y temporales que, en el contexto de la globalización o mundialización, han tenido cambios significativos en las relaciones económicas y escapan de la clásica visión de tiempo y espacio determinados, obligando a una transformación en las comunicaciones, los desarrollos tecnológicos y modelos sociales. Esto ha tenido su impacto en las organizaciones.

⁴⁷ Se recomiendan las obras de Giddens (1979), y Elías (1984), quienes analizan el tiempo social desde el punto de vista sociológico.

Es innegable que, dentro del mundo organizacional, las concepciones de tiempo y espacio han sufrido cambios. Los nuevos avances tecnológicos, por ejemplo, han impuesto un nuevo modo de trabajo asincrónico, remoto, a distancia. A partir de la interconexión se ha entronizado una dinámica organizacional. Tal realidad ha permitido que, en distintas latitudes, en un mismo instante y a diferencia de horario, funcionen relaciones de producción, distribución, contractuales, ventas, y entregas de bienes y servicios.

La comprensión de la actualidad puede ser posible a través de lo que Bauman (2005) denominó “*Modernidad Líquida*”, contexto donde el tiempo y el espacio se separan entre sí y sus acciones son independientes. Razón por la cual:

El tiempo tiene historia, gracias a su “capacidad de contención” que se amplía permanentemente: la prolongación de los tramos de espacio que las unidades de tiempo permiten “pasar”, “cruzar”, “cubrir” ... o conquistar. El tiempo adquiere historia cuando la velocidad de movimiento a través del espacio (a diferencia del espacio eminentemente inflexible, que ni puede ser ampliado ni reducido) se convierte en una cuestión de ingenio, imaginación y recursos humanos (Bauman, 2005, 7-8).

En tal sentido, en la velocidad del mundo actual, la relación entre espacio y tiempo supone cambios que deben estar condicionados por la inventiva y la determinación humanas. Pero, además:

(...) cuando la distancia recorrida en una unidad de tiempo pasó a depender de la tecnología, de los medios de transporte artificiales existentes, los límites heredados de la velocidad de movimiento pudieron transgredirse. Solo el cielo (...) empezó a ser el límite (...) de allí que el tiempo moderno se ha convertido, primordialmente, en el arma para la conquista del espacio (Bauman, 2003, 8).

Ahora bien, ¿qué importancia tiene detenerse a analizar el tiempo en la historia y el tiempo social en las organizaciones? La respuesta parte por comprender que la realidad de las organizaciones insertas en la historia global de las sociedades, tiene un ritmo, por ende, una manera de cuantificar en ese tiempo la eficacia y la solidez de las organizaciones en el gran entramado civilizatorio. Pero también, parte por reconocer que la organización por sí misma es objeto de historia y, además, su permanencia garantiza la historia colectiva en la que se desarrolla.

Tanto la historia como las organizaciones tienen distintos tiempos. Es decir, la Historia como disciplina contempla el estudio de los hechos a través del tiempo de desarrollo de la humanidad; por tanto:

(...) es una especie de arte por el arte, una explicación del hombre y de lo social a partir de esa coordenada inapreciable, sutil y compleja –el tiempo– que sólo los historiadores sabemos manejar y sin la cual no las sociedades ni los individuos del pasado o del presente pueden recuperar el ritmo y el calor de la vida (Braudel, 1974, 42)⁴⁸.

La historia tiene su propio tiempo o “(...) tiempos intrínsecos de los procesos estudiados que avanzan acompasados no por los fenómenos astronómicos o físicos, sino por las singularidades de estos procesos, por los puntos en que cambian de dirección o de naturaleza” (Pomian, 1988, 591).

⁴⁸ La cita de Braudel hace alusión a lo que para Lucien Febvre –uno de los creadores de la Escuela de los Annales, en su primera etapa– es la historia y el papel del historiador en ella.

De este modo, las organizaciones navegan entre dos tiempos. Uno, les permite asirse al desarrollo de la sociedad donde se desenvuelve, tomando en cuenta que la misma sociedad es una organización; y el otro, el tiempo social, hace posible el desempeño interior de la estructura organizativa⁴⁹. Así entonces, *el tiempo en la historia y el tiempo en las organizaciones*, aunque distintos, se complementan en la medida en que ambas concepciones sirven de categorías para hacer de la organización objeto y sujeto de la historia en el discurrir de la sociedad.

En tal sentido, resulta necesario seguir construyendo, desde la historia de la organización, y a través de la ciencia histórica y sus nuevas formas de hacer historia, todo lo concerniente a la comprensión de la historia de la organización como proyecto de identidad. Pues, toda organización está anclada a una dinámica de acontecimientos, secuencias, y relacionamientos sociales que transcurren en un espacio y tiempo determinados.

⁴⁹ En el acápite 3 de este capítulo: “La historia de la organización y la historia organizacional”, se darán las explicaciones que fundamentan lo aquí planteado.

2.- LA HISTORIA DE LAS MENTALIDADES⁵⁰: UN MODO DE ESTUDIAR LAS ORGANIZACIONES

La Historia, como campo de conocimiento a lo largo del tiempo, ha diversificado la manera de acercarse al objeto de estudio. Sin embargo, a finales de la tercera década del siglo XX, la historia económica y política de corte positivista, que prevalecía hasta ese momento,⁵¹ dio paso a una nueva forma de hacer historia haciendo énfasis en aspectos poco conocidos como: las relaciones entre los sectores menos privilegiados de la sociedad, las actividades cotidianas, mercantiles, laborales; la realidad de grupos sociales, pueblos, regiones o países que habían estado invisibilizados por la historia en manos de los vencedores.⁵²

Así, aparece en el espacio científico social y, porque no, humanístico, la Escuela de los Annales con sus postulados de la Nueva Historia.⁵³ Y, como disciplina de esta corriente de pensamiento histórica, surge la Historia de las Mentalidades. En esta forma de hacer historia, lo económico y lo social no desaparecen, todo lo contrario, empiezan a ser estudiados con nuevas categorías epistémicas. Por tanto, se fraguan

⁵⁰ La Historia de las mentalidades “(...) tuvo como impulsores a Philippe Ariès –que nunca fue hombre de la escuela, desde luego-, Michel Vovelle, Georges Duby, Jacques Le Goff, Maurice Agulhon, etc. Pero la historia de las mentalidades está, sin duda, prefigurada en una buena parte de la producción de los fundadores Bloch y Febvre” (Aróstegui, 2001, 115).

⁵¹ “La historia tradicional se interesaba casi exclusivamente por los individuos, por las capas superiores de la sociedad, por sus élites (los reyes, los estadistas, los grandes revolucionarios) y por los acontecimientos (guerras, revoluciones) o las instituciones (políticas, económicas, religiosas...) dominadas por estas élites” (Ariès, 1988, 463).

⁵² Se recomienda la lectura de: Moreno (1983).

⁵³ Véase: Avendaño (2021)

categorías analíticas para comprender los procesos socioeconómicos que afectaban, de manera directa, al común de las personas que hasta entonces estuvieron al margen de la historia tradicional, también llamada historia oficial.

Para lograr su cometido, la historia de las mentalidades amplió su radio de acción. Acudió a la interdisciplinariedad⁵⁴. Se alió con la Economía, con la Matemática, con la Sociología y con la Psicología, puesto que su finalidad es hacer una historia desde lo colectivo, en la que se vean reflejados todos los actores de la sociedad. De ahí que:

Los hechos económicos (precios, salarios, impuestos, crédito, mercado) repercutían en la vida cotidiana de todos (carestía, miseria o enriquecimiento, hambres, epidemias, mortalidad). Se descubrió que eran observables y que la serie continua de sus datos cifrados permitía una lectura no anecdótica de la vida cotidiana (...) A la historia discontinua de los individuos, de los acontecimientos que ellos provocaban, y de las instituciones que controlaban, se oponía una historia a la vez colectiva y continua, establecida sin hiato en la larga duración, la de una humanidad anónima, en la que, no obstante, cada uno de nosotros podía reconocerse (Ariès, 1988, 463-464).

A partir de esa nueva forma de ver la historia, los hechos económicos pudieron ser objeto de estudio e interpretaciones, más allá de cómo se observan desde la lupa de un científico social, acostumbrado, por formación, a ver los hechos de manera sesgada. Se puede decir que la Historia, como otras ciencias sociales, exploró y

⁵⁴ Burke (1996) destaca que a los historiadores el: “(...) interés por toda la gama de la actividad humana les estimula a ser interdisciplinarios, en el sentido de aprender de antropólogos sociales, economistas, críticos literarios, psicólogos, sociólogos, etc., y colaborar con ellos. Los historiadores del arte, la literatura y la ciencia, que solían atender a sus intereses aislándose en mayor o menor medida del grupo principal de los historiadores, mantienen en la actualidad un contacto más habitual con ellos” (19).

valoró las fuentes históricas⁵⁵ con mayor rigurosidad, no para quedarse en cifras y en datos, sino para conocer los distintos modos de relacionamiento entre los individuos en la sociedad.

Siguiendo a Ariès (1988), el historiador de las mentalidades “(...) busca las claves de las estrategias comunitarias, de los sistemas de valor, de las organizaciones colectivas, es decir, de todas las conductas que constituyen una cultura rural, urbana, popular o elitista” (476). Su prioridad es el análisis de las diferentes regiones, debido a que los hechos no se desarrollan de la misma manera en todos los lugares o contextos. Bajo esa premisa, privilegia la particularidad por encima de lo general, y, además, matiza la naturaleza misma de los acontecimientos cotidianos de acuerdo con el impacto que hayan ocasionado en algún momento dentro de la colectividad.

A través de la historia de las mentalidades surgen nuevas fuentes y, con ellas, nuevas formas de abordaje del hecho histórico. Si bien, la historia tradicional se basaba en el análisis de documentos oficiales, en el camino de la nueva historia, más bien:

(...) si los historiadores se interesan por una diversidad de actividades humanas mayor que la que ocupó a sus predecesores, habrán de examinar una variedad también mayor de pruebas. Algunas de éstas serán visuales; otras, orales. Existe también la prueba estadística: las cifras del comercio, de población, de votantes, etc. (Burke, 1996, 16-17).

⁵⁵ Se entiende por fuente histórica: “todo aquel objeto material, instrumento o herramienta, símbolo o discurso intelectual, que procede de la creatividad humana, [a través del cual] puede inferirse algo acerca de una determinada situación social en el tiempo”. (Aróstegui, 2001, 380).

Ante la expansión del abanico de fuentes, se puede analizar a un grupo mayor de personas, a estructuras de formas de pensar, hábitos, costumbres, doctrinas y creencias que, bajo la mirada de la historia oficial, quedaron en el olvido. Incluso, replantear los acontecimientos que habían sido estudiados solo bajo la mirada política, económica o bélica. Claro está, los documentos oficiales no pueden ser desechados, deben ser revisados teniendo presente los detalles y las lecturas que, entre líneas, muestran evidencias de una realidad que permita abarcar una historia más amplia de sus actores⁵⁶.

Tal como señala Aróstegui (2001), la historia de las mentalidades dio lugar a un mosaico de estudios que abordan temas que tienen que ver con ideas e imaginarios colectivos, en el contexto del corto, mediano o largo plazo. Estos temas, que forman parte de la realidad humana, ingresan al objeto de estudio de la historia. Y, a través de ellos, se comprende cómo se expresaban, sentían y actuaban los seres humanos de antaño y cómo han cambiado a través del tiempo, qué elementos culturales endógenos y exógenos influyeron en los patrones conductuales de cada sociedad, o, en su defecto, de cada sector social.

⁵⁶ Lamentablemente se debe reconocer que los vicios de la historia oficial: la de los vencidos y la de la burguesía y/o de la clase social alta, se trasladó al modelo de la historia desde abajo: tal como el estudio de personajes como líderes de cierto hecho social y no al hecho social como tal. El problema “(...) era que los historiadores del movimiento obrero, marxista o no, habían estudiado no cualquier tipo de personas corrientes, sino aquellas que podrían considerarse antepasados de dichos movimientos: no los trabajadores como tales, sino más bien los cartistas, los sindicalistas o los militares obreros. La historia del movimiento obrero y otros procesos institucionalizados (...) no debería sustituir la historia de la gente corriente”. (Sharpe, 1996, 44).

A través de esta forma de hacer historia, específicamente, desde las mentalidades, es que la reconstrucción histórica puede comprender con mayor propiedad los procesos que caracterizan a una sociedad.

Quienes hacen historia desde las mentalidades no tienen como objetivo acorralar la historia a un solo punto de vista. Pues, tal como se ha señalado, lo que se espera con esta nueva forma de analizar los hechos es ampliar, pero, sobre todo, renovar tanto con la interdisciplinariedad como con diversas fuentes, la percepción tradicional que se tenía de la historia. Se pretende ir más allá del relato, en el que las explicaciones y las construcciones del pasado y del presente inmediato, permitan comprender que los grupos humanos accionan y reaccionan de acuerdo con el momento y el tiempo en el que se desarrollaron y/o se desenvuelven.

Por tanto, los hechos, los acontecimientos y las realidades pasadas son producto de circunstancias motivadas por actuaciones, la mayoría de las veces, por decisiones individuales o colectivas que afectan a todos los integrantes de la sociedad. Claro está, no de la misma manera, situación que genera desigualdades e inequidades. Empero, con el auxilio de las otras disciplinas de las ciencias sociales se tendrá una visión más global y menos sesgada, lo que contribuirá a un conocimiento menos subjetivo de la realidad.

Si se extrapola lo antes mencionado, al estudio de las organizaciones bajo la historia de las mentalidades, se está en presencia de una forma de hacer historia aplicada a la organización. El análisis permitiría rescatar del olvido elementos que la misma dinámica organizacional pasó por alto, puesto que la mayoría de las veces no forma parte del proceso productivo, y, como tal, no es digno de tenerse en cuenta.

Ejemplo de ello, puede ser la relación de empleados profesionales con los que contó la organización en un momento determinado; la relación de convenios exitosos o no que se firmaron a través de los años; la injerencia de las políticas gubernamentales en la planificación interna y externa,⁵⁷ entre otros. Tales aspectos son importantes para analizar, por ejemplo, ¿cómo se ha concebido la historia de la organización y la historia organizacional?, ¿cómo a través de la historia de las mentalidades se pueden renovar las organizaciones?, y, ¿cómo a través del relato histórico se puede reforzar la identidad organizacional al incluir más elementos identitarios que logran mayor sentido de pertenencia con el personal? En el acápite siguiente, entonces, se analizará la importancia de la Historia Oral como otra forma de hacer historia, y, a la par, se dará cuenta acerca de ¿cómo las voces de los actores (trabajadores y directivos) en las organizaciones se convierten en sujeto de estudio?

⁵⁷ Sobre estos elementos se discutirá más adelante.

2.1.- LA HISTORIA ORAL PARA CONOCER LOS SUJETOS DE LAS ORGANIZACIONES

Tal como se ha mencionado en las páginas precedentes, la historia ha tenido que renovar tanto los objetos de estudio como las fuentes que utiliza para ello, a los fines de ampliar su propia historia; pero, además, ha tenido que asirse del conocimiento de otras disciplinas científicas para poder darle rigurosidad a sus estudios.

De ahí que, en las últimas décadas del siglo XX la historia hizo de la oralidad – herramienta de la Sociología⁵⁸–, una fuente más, que a través de testimonios⁵⁹ verbales logró tener una visión de los protagonistas de una época, acontecimiento o hecho, que muchas veces, inconscientemente, no asumen como sucesos relevantes. Surge entonces, la historia oral que, siguiendo a Prins (1996), es la historia escrita a partir de la información que aporta la persona viva, en vez de la que se registra en los documentos escritos.

⁵⁸ La oralidad “(...) surgió como práctica y como disciplina, de la sociología empírica americana, fundada e ilustrada por lo que se denomina escuela de Chicago (...) fue entre 1918 y 1920 que W. J. Thomas y Florian Znaniecki [publicaron textos usando esta técnica] los dos autores proponían una vuelta a la historia de los individuos (...) constituidas por documentos orales y escritos, y afirmaban que el documento personal representa el tipo de datos más perfecto sobre el cual puedan esperar nunca los sociólogos” (Goy, 1988, 510).

⁵⁹ Los testimonios son: “(...) la suma de las declaraciones de un testigo. Comprende, pues, no solamente la referencia, o las tradiciones narradas, sino también todas las añadiduras del testigo. Desde el punto de vista formal pueden distinguirse dos tipos de tradiciones: las que son cuajadas en su forma, aprendidas de memoria y transmitidas tal cual son, y las que son libres, que no se aprenden de memoria y que cada cual transmite a su manera” (Vansina, 1967, 36).

La historia oral permite la reconstrucción del pasado a través de la versión que da un sujeto que pudo haber participado en el hecho, o que por medio de la tradición y del paso generacional obtuvo el testimonio que transmite. Sobre este aspecto, los historiadores expresan que la validez de dicha información parte por la confrontación con documentos escritos, los cuales pueden contener registros sobre el contexto y las circunstancias históricas de un momento y tiempo determinado en el que se da el testimonio.

En tal sentido, la historia oral se ha convertido en una herramienta que permite analizar aspectos que dinamizan la realidad social; busca indagar sobre el ámbito privado y público de los individuos, más aún, en los momentos que marcan la vida de ellos. De acuerdo con Schwartein (2001), la historia oral ofrece la oportunidad de analizar cómo las personas recuerdan y reconstruyen su pasado; cómo la memoria de ellas se convierte en un documento vivo que registra conversaciones, testimonios y momentos. Por ende, es importante apelar a la historia oral como fuente. La técnica que permite explorarla con objetividad es la entrevista. A través de ella, se pueden realizar diversas triangulaciones con el fin de que los recuerdos de las experiencias pasadas puedan tener sentido en el contexto presente y, sobre todo, en la realidad social y cultural de quien recuerda⁶⁰.

⁶⁰ “La memoria como documento histórico tiene un carácter peculiar, es retrospectiva y tiene un carácter fluido. No produce datos fijos en un momento del pasado, que permanecen de una manera estable. No existe pura memoria, sino recuerdo, reminiscencia, la memoria siempre comienza por el presente hacia el pasado”. (Schwartein, 2001, 76).

Los testimonios orales tienen importancia cuando se comprende que:

(...) no son un simple registro, más o menos adecuado de hechos del pasado. Por el contrario, se trata de productos culturales complejos. Incluyen interrelaciones cuya naturaleza no es fácil de comprender entre memorias privadas, individuales y públicas, entre experiencias pasadas, situaciones presentes y representaciones culturales del pasado y el presente (Schwartein, 2001, 73).

Lo anterior, permite evidenciar que, la historia oral representa una vía para escudriñar sobre las estructuras mentales que caracterizan a los individuos, además hace énfasis en que los testimonios que se generan tienen la particularidad de formar parte del tiempo presente y tratan de explicar situaciones del pasado, es decir, de lo ya acontecido y vivido por quien hace el ejercicio de recordar. Ello significa rememorar, algunas veces, episodios en lo íntimo y en lo público que involucran sentimientos desde la añoranza hasta el dolor, entre otros.

Para Aróstegui (2001), la historia oral se ha convertido en un instrumento que permite, desde el presente, el acercamiento a la realidad social que la historia tradicional había descuidado o desatendido; y, en consecuencia, se extiende a otros sectores como: los marginados, los grupos discriminados, la mujer, la historia local y regional, entre otros. Claro está, la subjetividad es un elemento a tomar en cuenta dada la particularidad de las fuentes orales –entrevista, encuesta, test, observación participante– en la que los recaudos forman parte de la psiquis de quien brinda el testimonio. De ahí que la historia oral converge con la historia de vida –narrada por el mismo individuo–, siendo menos latente la subjetividad desde el momento en que,

para complementar su testimonio, el individuo aporta otros documentos personales y así validar sus argumentos, tales como: cartas, diarios, fotografías, etc.

La historia oral no ha estado exenta de críticas por el tema de la subjetividad, por cuanto algunos científicos consideran que la certeza de lo estudiado tiende a difuminarse o distorsionarse. Contrario a ello, Aróstegui (2001) destaca los aportes cognoscitivos que ha realizado la historia oral en “(...) acontecimientos recientes de gran trascendencia: la segunda guerra mundial vista desde diversos países, los episodios de resistencia y represión, la guerra civil española (...)” (415). Entre otros sucesos, como, por ejemplo, hoy en día, se han conocido mucho más las dictaduras latinoamericanas desde el testimonio de torturados, asilados, desterrados, familiares de desaparecidos, otrora privados de libertad, funcionarios que prestaron servicios a los órganos opresores del Estado, etc. Así pues, Chartier (2007) es muy certero cuando expresa que:

La historia no puede ignorar los esfuerzos que trataron o tratan de hacer desaparecer, no sólo las víctimas, sino también la posibilidad de que sean recordadas sus existencias. En este sentido, la historia nunca puede olvidar los derechos de una memoria, que es una insurgencia contra la falsificación o la negación de lo que fue. Debe la historia entender semejante pedido y, con su exigencia de verdad, apaciguar, tanto cuanto sea posible, los infinitos dolores que dejó en nuestro presente un pasado a menudo injusto y cruel (19-20).

Por su parte, Nora (2008) sostiene que la memoria permite a cada grupo social rediseñar su identidad a través de su historia. La preservación de la memoria colectiva es la brújula que indica los orígenes y el rumbo histórico de cada grupo. Gracias a esa memoria, las minorías han podido recuperar el pasado olvidado, o simplemente relegado, porque forma parte de su historia y, por ende, de su identidad. La autora *in comento* establece el radio de acción que tienen la memoria y la historia, y lo hace en los términos que siguen:

La memoria es la vida, siempre encarnada por grupos vivientes y, en ese sentido, está en evolución permanente, abierta a la dialéctica del recuerdo y de la amnesia, inconsciente de sus deformaciones sucesivas, vulnerable a todas las utilizaciones y manipulaciones, capaz de largas latencias y repentinas revitalizaciones. **La memoria** es un fenómeno siempre actual, un lazo vivido en el presente eterno; **la historia**, una representación del pasado. Por ser afectiva y mágica, **la memoria** solo se ajusta a detalles que la reafirman; se nutre de recuerdos borrosos, empalmados, globales o flotantes, particulares o simbólicos; es sensible a todas las transferencias, pantallas, censuras o proyecciones. **La historia**, por ser una operación intelectual y laicizante, requiere análisis y discurso crítico. **La memoria** instala el recuerdo en lo sagrado, la historia lo deja al descubierto, siempre prosifica. **La memoria** surge de un grupo al cual fusiona, lo que significa, (...) que hay tantas memorias como grupos, que es por naturaleza múltiple y desmultiplicada, colectiva, plural e individualizada. **La historia**, por el contrario, pertenece a todos y a nadie, lo cual le da vocación universal. **La memoria** se enraiza en lo concreto, el espacio, el gesto, la imagen y el objeto. **La historia** solo se liga a las continuidades temporales, las evoluciones y las relaciones de las cosas. **La memoria** es un absoluto y **la historia** solo conoce lo relativo (Nora, 2008, 20-21) (Subrayado nuestro).

Pese a que la memoria y la historia tienen sus ámbitos de enfoque, en el proceso de reconstrucción del pasado, no están separadas. Van de la mano, se retroalimentan; son el reflejo de un contexto que concierne a los seres humanos y a sus distintos

relacionamientos sociales. Razón por la cual, el papel del historiador es fundamental, porque, en su oficio, logra conjugar la memoria y la historia para dar cuenta de los individuos o entornos bajo objeto de estudio; pues, desde el conocimiento científico, desentraña en los individuos sus recuerdos, que la mayoría de las veces marcaron su vida privada y tuvieron impacto en ellos. Así, la búsqueda de la memoria de los grupos permitirá reconstruir sus rasgos culturales e históricos identitarios.

Si bien la subjetividad siempre estará latente en la historia oral, con las técnicas adecuadas podría matizarse. No en vano, gracias a la oralidad la historia que Schwartein (2001) y Aróstegui (2001) han llamado traumática, se ha podido conocer a través de los testimonios verbales de sobrevivientes que, en tiempo y espacios diversos, narraron los mismos sucesos vividos, lo que permitió hilar, de manera coherente, situaciones que ya forman parte de la historia de la humanidad. La polifonía de voces contrastadas entre sí, que da cuenta de una misma realidad, es evidencia histórica fehaciente.

Si lo anterior lo llevamos al mundo de las organizaciones, estamos en presencia de una forma de conocer los sujetos que, a lo largo de la existencia de la organización, han contribuido al logro de los objetivos; pero, además, se tiene de primera mano vivencias, anécdotas, sacrificios, logros y aspiraciones de las personas que han formado parte de la organización. Debe recordarse que, son los seres humanos

quienes –hasta no hace muchos años⁶¹– motorizaban las organizaciones. Eran su cara visible y pública, y, sobre sus hombros, han llevado el nombre de la misma, fortaleciendo su identidad a través de una historia viva.

La historia oral, aplicada a las organizaciones, puede contribuir a la reconstrucción del pasado histórico de la organización desde los testimonios de quienes han formado parte de ella, desde las experiencias, las anécdotas, los sacrificios tanto de los fundadores, como de los que iniciaron, siguieron y siguen formando parte de la organización. La idea es ir más allá de la historia contada por el fundador. Es menester conocer el relato de otros protagonistas –obreros, empleados, técnicos, profesionales, directivos– para ampliar la visión que sobre la organización y sus años de existencia se tiene. Siguiendo a Goy (1988), el único modo de escribir la historia inmediata de las organizaciones es mediante el testimonio oral, el cual consiste en “(...) dar la palabra a los actores de una historia que sólo ellos mismos podrían escribir (...)” (512).

Así pues, se avanza en el camino de la búsqueda de la *memoria organizativa* porque no siempre la historia narrada por los fundadores de la organización es la más cercana a la realidad, o al menos, no tiene mayor amplitud. Muchas veces, puede redundar en una mirada egotista de fundadores y directivos, que se reduce a la narrativa de

⁶¹ En la actualidad, con el vertiginoso avance de la tecnología y la Inteligencia Artificial, los seres humanos han perdido espacio en las organizaciones.

describir la organización en función de la gestión de ellos y no de la interrelación de todo el colectivo. De ahí que sea necesario analizar la historia de las organizaciones a través de la historia oral desde *los de abajo* –aludiendo a Sharpe (1996)–, es decir, desde el testimonio de las personas comunes que no ocupan cargos directivos, tales como los obreros, el personal de limpieza, los vigilantes, entre otros sectores que hacen vida en las organizaciones⁶². Al conocer la cotidianidad de todos, puede tener como resultado que se logren instrumentar políticas y estrategias organizativas en beneficio de la organización y del conjunto de personas que hacen vida en ella.

En función de lo que se viene esgrimiendo, la historia de las mentalidades y la historia oral se presentan como un medio epistémico para que las organizaciones renueven y revitalicen su historia como proyecto de identidad; pues, tal como señala Sharpe (1996), uno de los tantos propósitos de la historia es transmitir un sentido de identidad a quienes, a través de la memoria escrita u oral la escriben, la leen y la sienten. Además, para que tengan una idea clara de su procedencia organizacional. Sólo así sabrán de dónde vienen y hacia dónde van como organización.

⁶² Si bien es cierto, la historia de los de abajo no es el objeto de estudio de esta investigación, no está de más explicar brevemente, en qué consiste. Para Sharpe (1996): “(...) la historia de abajo cumple, probablemente, dos importantes funciones. La primera es la de servir de correctivo a la historia de las personas relevantes, (...) la segunda es que, al ofrecer este enfoque diverso, la historia desde abajo abre al entendimiento histórico la posibilidad de una síntesis más rica, de una fusión de la historia de la experiencia cotidiana del pueblo con los temas de los tipos de historia más tradicionales” (50-51).

Ante este panorama, a renglón seguido se analizará cómo se ha concebido la historia de la organización y la historia organizacional (si la hubiere), haciendo énfasis en el valor de la documentación de la organización como patrimonio y como fuente, a los fines de ir trazando la importancia de la historia como proyecto de identidad. Aunado a ello, se harán propuestas para que, bajo la nueva forma de hacer historia, las organizaciones puedan permanecer en el tiempo.

3.- LA HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN Y LA HISTORIA ORGANIZACIONAL

Si la historia es el estudio del hombre en un tiempo y un espacio determinados, entonces, todas las organizaciones conformadas por seres humanos, también son objeto de estudio de la historia, por cuanto:

Las organizaciones son el vivo reflejo de sus sociedades, y éstas, a su vez, obedecen a su proceso de formación cultural. Por ende, conociendo la historia se lograría un mejor acercamiento a las raíces que sostienen un entramado organizacional, gestado a través del tiempo. Al mismo tiempo, podría apreciarse, con mejor criterio, la continuidad, permanencia, transición y cambio en los procesos organizativos de las instituciones (Aboaasi, 2021, 180).

La historia en el mundo empresarial⁶³ es de vieja data. Según Fraile (1993), el primer trabajo de historia económica fue publicado en 1825, en conmemoración de los cien años de la Siderurgia Lauchhamer, en Sajonia. Luego, en la segunda mitad del siglo XIX, la Escuela Histórica Alemana, mejor conocida como Historicista⁶⁴, hizo uso de la historia para comprender la realidad social y económica, puesto que:

(...) es imposible una teoría económica general, por lo que el economista solo puede especializarse en una etapa histórica y en una determinada región (por ejemplo la edad media en Francia, la antigua Roma) y esto obliga al economista a aprender todos los detalles que rodean la vida en ese momento: la política, la legislación, los sistemas de producción, la historia, la sociedad, etc., es decir todos los aspectos que rodean el momento y lugar que se quiere estudiar. (Lahoud, 2016, 93).

www.bdigital.ula.ve

⁶³ Se entiende como empresa la organización de personas y recursos que tienen como objetivo principal el beneficio económico a través del desarrollo de una actividad. De una manera más amplia, se define como: “una entidad en la que se transforman unos recursos (humanos, materiales, inmateriales), que deben ser organizados y dirigidos de la mejor manera posible (a través de una estructura, reglas y procedimientos), en bienes y servicios que satisfagan necesidades, con la finalidad de obtener beneficios para distribuir a sus propietarios, actuando siempre bajo condiciones de riesgo”. (Hernández, 2014, 28). Es importante señalar que: “Las empresas son un tipo específico de organización que se diferencia de otras organizaciones porque, aunque tengan otros fines, su objetivo último y razón de ser es el ánimo de lucro, es decir, la consecución de beneficios, que en un plazo más o menos largo se distribuirán entre sus propietarios”. (Hernández, 2014, 29).

⁶⁴ El historicismo “(...) es el nombre que en economía se le da a la Escuela Histórica en general, pero en específico la Escuela Histórica Alemana, representada por un nutrido grupo de economistas de ese país, que surgen cuando todavía son una constelación de principados y que se mantiene durante el primer Reich y preservan su estela de influencia por la república de Weimar hasta el inicio del tercer Reich. Esta escuela profundamente asociada al programa social que caracterizó a Alemania durante el segundo Reich, fueron conocidos como los socialistas de cátedra porque sus políticas eran contrarias al liberalismo y partidarias de un sistema profundamente regulado, con intersticios muy definidos para que se desarrolle una suerte de “capitalismo dirigido,” fueron practicantes de una economía dirigida en un ambiente distante del marxismo, muy relacionados a la elaboración de estadísticas y trabajos de la historia económica”. (Lahoud, 2016, 86).

Sería a finales del siglo XIX y principios del XX cuando tendrá importancia el sistema productivo como objeto de estudio de la historia económica, a través de la Escuela inglesa *Anti-empresa* representada por Toynbbee, Hobson y los esposos Ween; y la teoría estadounidense de la *Empresa comercial* –Business Enterprise–, de Thorstein Veblen, quien expresaba que los empresarios eran malvados y avaros que se aprovechaban de la tecnología y del recurso humano para su propio beneficio. (Fraile, 1993).

La historia empresarial, desde sus inicios, tuvo una relación directa con la historia económica⁶⁵; fue vista como una subdisciplina cuyo interés era estudiar el empresario y la empresa en el proceso de reconstrucción histórica del hecho económico y su relación con la sociedad. (Roncancio, 2016). Fue en la segunda década del siglo XX, cuando la historia empresarial adquirió personalidad institucional, a través de la creación, en 1927, de la Cátedra Grass⁶⁶, en la Universidad de Harvard, específicamente, en la Escuela de Negocios y Administración, la cual tuvo por objetivo analizar los problemas que enfrentaban los empresarios. Entonces, se fundan revistas de historia económica empresarial, no sólo en Estados Unidos de

⁶⁵ “La historia económica se reconoce como la disciplina de la historia encargada de estudiar los sucesos económicos de la sociedad en el curso del tiempo; su objeto no son las ideas sino los hechos, los acontecimientos de carácter económico relacionados con la producción y el consumo” (Roncancio, 2016, 25).

⁶⁶ “Dos obras fundamentales de Gras son *Business and capitalism: An introduction to Business History*, Gras, 1939, y con Henrietta M. Larson, *Cassebook in American Business History*, Larson y Gras, 1939”. (Romero, 2003, 808).

Norteamérica, sino también, en Inglaterra, como medio de difusión masivo en la que se publicaban trabajos sobre historia económica e historia económica empresarial.

En 1946, ante la Asociación de Historia Económica de los Estados Unidos de Norteamérica, el historiador económico Arthur Cole expuso un informe acerca de la realidad de la historia empresarial estadounidense y la evolución de dicha disciplina. Dicha intervención permitió que, dos años después (1948), se crease el Centro de Investigaciones de Historia empresarial, dirigida por el mismo Cole, convirtiéndose dicho Centro, con el paso del tiempo, en un espacio de discusión y acercamiento con otros historiadores económicos a nivel mundial. (Fraile, 1993; Romero, 2003; Roncancio, 2016).

La historia empresarial que se presenta, post guerras mundiales, no era la de antaño, su enfoque era más hacia el estudio de las empresas en la historia. Uno de sus principales exponentes fue Alfred Chandler⁶⁷, quien en la década de los 60 del siglo XX, se adentró en el mundo de las empresas a partir del análisis de los orígenes y evolución de los grandes negocios; pero, además, aplicó historia comparada (estudio de empresas de diversos países); para la comprensión del éxito de unas empresas con

⁶⁷ En el ámbito de la historia empresarial, Alfred Chandler publicó tres libros: *Estrategia y estructura* (1962), obra en la que trata el origen y desarrollo de los ferrocarriles en Estados Unidos, considerándolo un ejemplo exitoso en la historia de los negocios, el cual podría ser copiado por otras empresas. *La mano invisible de los negocios* (1977): en esta obra analiza cómo la información se convierte en el factor más importante en el proceso productivo de las empresas, además de ser un instrumento generador de riqueza. Finalmente, *Escala y Alcance* (1990), es una investigación en la que analiza, a través de la historia comparada, el crecimiento de las empresas en Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania, partiendo del avance industrial de finales del siglo XIX.

respecto a otras, partiendo de que el contexto y la realidad de cada una de ellas, genera formas de desarrollo particular. Sus aportes permitieron relacionar la administración con la historia empresarial, puesto que se hacía un énfasis en cómo la organización generaba resultados a partir de la aplicación de las teorías administrativas. Puesto que:

Las empresas cambian como una totalidad, pero también cambian cada una de las áreas funcionales; cambian las prácticas de trabajo; los modelos de gestión; cambia la cultura; se modifica la estructura y la funcionalidad; también cambia la propiedad; aparecen nuevas organizaciones informales, nuevos proveedores; se modifican los mercados; el entorno se altera vertiginosamente. En últimas, todo está en movimiento. La administración de la empresa está obligada a responder ante los cambios y a liderar otros muchos; su papel se torna transcendental porque se convierte en el motor de las dinámicas empresariales, pues de sus decisiones dependerá mucho de lo que pueda ocurrir o dejar de hacerlo en las empresas. Por consiguiente, la historia empresarial estudia los acontecimientos de las empresas al mostrar los cambios que llega a experimentar y al explicar gran parte de los hechos en el comportamiento de quienes tienen el poder para decidir, los directores (Roncancio, 2016, 41).

De este modo, se va perfilando una disciplina que se separa de la historia económica para asirse a la Administración como episteme para la comprensión del mundo de las organizaciones. Hoy en día, su evolución depende de los aportes del pensamiento administrativo. Pero, debe quedar claro, que su objeto sigue siendo el empresario, pasando la empresa a segundo plano. Pareciera paradójico, pero el actuar y la toma de decisiones, aunque determinan su desarrollo, consolidación o caída, no será digno de interpretación para los que hasta ahora se dedicaron a la historia de la organización.

Si bien es cierto, el análisis de las escuelas de pensamiento administrativo, antes y después de Chandler, no forma parte del objeto de estudio de esta investigación, resulta necesario mencionarlas en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 4 Escuelas de pensamiento administrativo

Escuela	Representantes ⁶⁸	Planteamientos Teóricos
Clásica Escuela de Administración Científica	Frederick Winslow Taylor (Inicios del Siglo XX)	- Considerado el padre de la Administración Científica. - Se puede aumentar la eficiencia de la industria por medio de la racionalización del trabajo operario.
Teoría Clásica	Henri Fayol (Inicios del Siglo XX)	- El aumento en la eficacia de una empresa es posible en la medida en que su organización se base en los principios científicos generales de la administración. - El jefe de la empresa es el encargado de vigilar las funciones de la administración como: técnicas comerciales, financieras, contables, de seguridad.
Escuela de las Relaciones Humanas	Elton Mayo (1933)	La productividad del recurso humano depende del estado de ánimo. Los trabajadores serán más productivos en la medida en que se le mejoren sus condiciones psicológicas y sociales. Su planteamiento tuvo como base la aplicación de las ciencias del comportamiento en la Administración.
	Abraham H. Maslow (1954)	- La productividad de un trabajador será mejor en la medida en que alcance su satisfacción personal. - Las necesidades humanas se establecen de forma piramidal; a medida que se satisfacen, la siguiente es la meta.
	Douglas Mc Gregor (1985)	Mientras el gerente en la administración sea autoritario y no comprenda que las necesidades de los trabajadores son importantes, su comportamiento influirá en el de sus trabajadores. Su teoría se llama X y Y.
Teoría Motivación-Higiene	Frederick Herzberg (1959)	Tanto la motivación (seguridad: logros, reconocimientos, etc.) como la higiene (sueldos, crecimiento, madurez), etc. son factores que deben satisfacerse en el trabajo, puesto que permite el avance y crecimiento de los trabajadores en beneficio de la empresa. Su teoría también es conocida como la de los dos factores.
		Crearon un modelo bidimensional en el que el gerente, la producción, y sus trabajadores, comprenden los ejes vertical

⁶⁸ El año que aparece luego del nombre del representante, indica la fecha de aparición de sus planteamientos teóricos, generalmente, publicados en libros.

	Robert R. Blake y J.S. Mouton (1964)	y horizontal respectivamente, lo que contribuye a mejorar y complementar las actividades de la empresa. Modelo de la Rejilla gerencial.
Escuela Neoclásica	Peter F. Drucker (1954, 1964)	El objetivo de una empresa es obtener resultados y satisfacer a los clientes. No es prioridad ni tarea atender los requerimientos de los miembros de la organización.
	Ernest Dale (1960)	Es considerado el Padre de la Teoría Empírica de la Administración. Tanto las políticas de administración como la calidad en el liderazgo hacen posible el rendimiento individual de los trabajadores dentro de una organización.
	Harold Koontz (1955)	Estableció que la administración es un organismo social en el que su diseño, estructura y dirección de sus integrantes permitan el logro de los objetivos de manera eficiente y sencilla.
Escuela Estructuralista. (Teoría de la Burocracia). Escuela basada en los postulados de Max Weber sobre la Burocracia ⁶⁹	Cyril N. Parkinson (1957)	El trabajo circula hasta atiborrar el tiempo adecuado para que se concluya; los gastos aumentan hasta cubrir todos los ingresos y el tiempo invertido en alguna actividad es inversamente proporcional a su importancia. Esta teoría es conocida como la Ley de Parkinson.
	Laurence J. Peter (1965)	Toda acción administrativa, irremediamente, busca justificaciones para el desempeño ineficiente. En una organización es necesario conocer los límites y, por ende, las ineficiencias.
	Arthur Bloch (1997)	Creador de la Ley de Murphy, en la que expresa de manera jocosa la realidad pesimista en las que algunas personas están envueltas. Uno de sus postulados más famosos es: “el pensar que, si algo puede salir mal, saldrá mal”.
Escuela Sistémica. Se derivó de la Teoría General de Sistemas, del biólogo alemán Ludwig Von Bertalanffy, en 1950.	Norbert Wiener (1947)	Se considera el creador de la teoría de la cibernética, teoría interdisciplinar centrada en el estudio de las interrelaciones entre máquina y ser humano. Propuesta teórica que se enmarca en la teoría del control.
	Herbert Simon (1947)	Creador de la Teoría de la Racionalidad Limitada a través del comportamiento administrativo (nombre de su obra más reconocida). Las empresas crecen en la medida que la toma de decisiones sobre los procesos es compleja, puesto que los directivos no manejan toda la información que requieren.
Escuela Situacional	Kurt Lewin (1947)	Estudioso de la Dinámica de Grupo, consideraba que el comportamiento de un individuo depende de la relación que tenga con otros sujetos y el ambiente en el que se desenvuelve. Además, para él, la visión que tenga un grupo sobre un problema, puede influir en las relaciones y en la productividad del grupo en el campo laboral.
	Alfred D. Chandler (1962)	A través del análisis de varias empresas se acercó a una historia comparada, relacionando los cambios estructurales con las estrategias de negocios de dichas organizaciones, iniciando así la historia empresarial.

⁶⁹ La burocracia es “(...) una forma de organización caracterizada por la división del trabajo, una jerarquía claramente definida, normas, y reglamentos detallados, así como relaciones”. (Robbins y Coulter, 2018, 34).

Teoría de la⁷⁰ Contingencia	Paul R. Lawrence y Jay W. Lorsch (1972)	Introdujo los conceptos de diferenciación e integración como factores antagónicos que deben coexistir en la organización para su funcionamiento. Mientras más compleja sea una empresa, mayor complejidad debe tener el diseño interno (división de subsistemas). De ahí la convivencia entre la diferencia y la integración.
La excelencia empresarial	William Ouchi (1980)	Las empresas japonesas se caracterizan por tener un alto nivel de identificación de la empresa con sus empleados y viceversa; los empleados son tratados con respeto por la empresa; los empleados pueden trabajar indefinidamente en la empresa, lo que motiva baja rotación de personal; existencia de incentivos por productividad personal; el personal de la empresa conoce todos los procesos tanto administrativos como productivos.
	Thomas J. Peters y Robert H. Waterman (1982)	Las mejores empresas tienen las siguientes cualidades: buscan la excelencia, saben hacer bien el trabajo; el recurso humano es importante; y, están en la búsqueda de lograr la calidad de los servicios y productos que ofrecen.
	W. Edwards Deming (1986)	A partir del uso de la estadística y de las técnicas del comportamiento, se puede mejorar la Teoría de la Administración, en aras del mejoramiento constante de la calidad, la productividad y la capacidad competitiva de las empresas.
	Joseph M. Juran (1950)	Los administradores deben: por una parte, eliminar los procesos que no logran los niveles de rendimiento, y por el otro lado, aceptar los procesos que son buenos, buscando mejorarlos. Su fin es que ambos procesos permitan la excelencia dentro de la empresa. Propuso la gestión de calidad.
	Kaoru Ishikawa (1972)	Es importante que una empresa crea comités y grupos de trabajos (Círculos de Calidad) a los fines de diseñar proyectos que permitan la calidad total de la organización.
	Akio Morita (1986)	A partir de la Mercadotecnia, se puede logra ofrecer los productos más avanzados tanto en calidad como en tecnología. Sus estudios se basaron en el análisis de la Empresa Sony.

Fuente: elaboración propia a partir de los trabajos de: Bonín y de la Llana (2016), Madero y Rodríguez (2018), Fernández y Tamaro (2004).

⁷⁰ Teoría de la Contingencia: “Modelo administrativo que reconoce las diferencias que existen entre las organizaciones, lo cual implica que cada una de ellas enfrenta situaciones (contingencias), distintas y requiere formas de administración específicas (...) Variables de las contingencias más conocidas: tamaño de la empresa, (...) Tecnologías de tareas rutinarias (...) Incertidumbre del entorno (...) Diferencias individuales (...)”. (Robbins y Coulter, 2018, 34).

Tal como se evidencia en el cuadro anterior, todos los aportes que se han generado desde la Administración han estado enfocados en el control, la supervisión, la productividad, las conductas, las relaciones humanas, la calidad, la toma de decisiones, entre otros factores de las empresas que tienen como fin la satisfacción de las necesidades de los clientes, independientemente de su objeto social. Situación que ha permitido el desarrollo y consolidación de la Teoría Administrativa. Ahora bien, desde el punto de vista de la historia, objeto de análisis de este trabajo, es digno acotar que las diferentes escuelas de pensamiento administrativo, sin ser explícitas, han requerido de las ciencias sociales y de las humanísticas para el estudio, análisis y fundamentos de sus postulados. Han sido muy pocos los autores que han analizado, desde el punto de vista histórico, las empresas u organizaciones, como por ejemplo Alfred D. Chandler, quien realizó algunos acercamientos a las organizaciones empresariales desde la historia comparada.

La historia empresarial, entonces, que se presenta en los años 60 del siglo XX, se enfoca principalmente en la empresa como objeto de estudio, su funcionamiento y comparación con respecto a otras, ello permitió determinar la eficacia o no de sus políticas y estrategias.

Pero, además, la historia empresarial que se va construyendo, tal como menciona Montoya (2006), a través del estudio del empresario como sujeto de cambio e innovador dentro de su empresa⁷¹, con énfasis en la toma de decisiones y las políticas para su rentabilidad, es lo que debería ocasionar la transformación permanente de la organización en el tiempo.

Todos los avances que se han hecho sobre el estudio de las organizaciones –en específico de las empresas–, parten por comprender que están bajo el análisis de la historia económica y de la administración, siendo su fin explicar la evolución de la organización a partir del funcionamiento y desempeño de la empresa y de sus empresarios, siendo éstos:

(...) los actores esenciales sobre los cuales recae la historia empresarial, al estudiar la evolución o cambio en función de variables puramente económicas: el empresario (como actor económico) y la empresa (tanto el resultado del proceder o actuar empresarial, como su rol económico). El empresario es el promotor o generador de realidades empresariales, por lo que su papel se torna trascendental para esta disciplina (Betancourt, 2003, 200).

⁷¹ Es importante mencionar que una empresa es una organización, pero no toda organización es una empresa, dado su objeto social. Así pues, “(...) a veces, las organizaciones que no son empresas reciben una contraprestación económica por los servicios que prestan y de esta manera pueden financiarse. Pero no por eso van a convertirse en empresas. Este tipo de organizaciones no son empresas, puesto que los beneficios que obtienen por los servicios prestados no tienen como objetivo remunerar a los propietarios de la organización, sino que los destinan a la finalidad para la que fueron creadas (social, medioambiental, política, cultural, sanitaria, etc.)”. (Hernández, 2014, 29). Véase el pie de página 63 sobre el concepto de empresa y sus cualidades como organización.

En tal sentido, las cualidades de los miembros fundadores y del primer personal, es decir, de los empresarios, se convierten en íconos a imitar, porque sus propias acciones han creado una historia en sí misma. No obstante:

La mayoría de las historias de las organizaciones suelen ser sobre sus líderes, ya que sus acciones son las que tienen un mayor impacto en la vida de los miembros de la organización y están siempre envueltos en la transformación y cambio organizacional, lo cual es difícil de comprender para el resto de los miembros de la organización. (Reche, 2011, 11).

Así, el manejo de la historia de la organización tiene su explicación en el carácter económico y el administrativo. En esos dos factores se centra el núcleo de análisis para la comprensión de las variables: producción, demanda, oferta, desempeño, relación con el mercado; etc., dejando por fuera otras variables dignas de estudio que, ante la lupa de un científico social, economista o administrador, escapan de la metodología propia del balance histórico. Bajo ese enfoque, se evidencia que, en las ciencias administrativas y en las económicas, la organización es la excusa y no el objeto mediante el cual se contempla su historia de manera unificada.

Es importante mencionar que, en la década de los 70 del siglo XX, paralelo a la historia económica, surgen los estudios organizacionales como respuesta a la manera tradicional –enfoque cuantitativo– de analizar los fenómenos que se generaban dentro de las organizaciones. Las reflexiones se realizaron bajo “(...) un contexto que es a la

vez espacial y temporal, a la vez cultural, tecnológico, económico, político y social; (...)" (Montaño, 2004, 29). Dejando por sentado:

(...) que la organización no es mero reflejo sino proyecto basado en un alto nivel de heterogeneidad; que el entorno es reconstruido en la organización tanto como la organización lo es en espacios sociales más amplios; que el conflicto y el poder, la divergencia de principios e intereses y el desigual acceso a los recursos –financieros y simbólicos– caracterizan más a nuestras organizaciones que la búsqueda de ficciones armónicas sobre las cuales levantar la eficiencia y la calidad (Montaño, 2004, 29).

A partir de entonces, los estudios organizacionales tienen el objetivo de rescatar la historia latente e intangible que la misma dinámica de la organización ha mantenido en el anonimato. La responsabilidad pasa por dar vida a la organización desde nuevos enfoques, pero, sobre todo, contemplando el tiempo, el contexto y el espacio en el que se han desarrollado. Bajo esta mirada, la historia y su metodología tienen la misión de darle un nuevo viraje a la evolución de la organización, tomando en cuenta que los estudios organizacionales tienen la cualidad de asirse a otras disciplinas, lo que enriquece el fin último de esta disciplina: comprender la organización desde todas las aristas y las formas en las que se desenvuelve. Puesto que:

(...) los estudios organizacionales apelan a la historia para darle cohesión a sus análisis en el tiempo, pues, al estar debidamente contextualizados, evitarían, en lo posible, realizar aseveraciones anacrónicas o, en su defecto, apócrifas. De esta manera, la comprensión del fenómeno organizacional se ajustaría más a la realidad circundante" (Aboaasi, 2021, 174).

De acuerdo con Barba (2013), era necesario considerarla como un “instrumento de la persona”, es decir, como sujeto-objeto de estudio a partir del enfoque cualitativo. En la ciencia histórica se privilegia lo humano: “(...) el ser como sujeto de conocimiento en aspectos organizacionales, administrativos y, ante todo, humanos” (Betancourt, 2003, 206). Para ello, recurren al componente histórico como base identitaria corporativa y como memoria que recoge la dinámica organizativa a lo largo del tiempo. Pues:

Toda organización, en sus diferentes dimensiones, componentes y niveles tienen historia, movilidad y significancia. El individuo como tal (nivel individual) tiene historicidad⁷²; los diferentes grupos configurados en el seno de la organización como departamentos, secciones, grupos formales (nivel grupal) tiene historicidad, y la organización como un todo tiene historicidad (Betancourt, 2003, 206).

En tal sentido, se va construyendo una historia de la organización y una historia organizacional, en el entendido de que una cosa es la evolución de la organización en el tiempo, y otra es cómo la organización a nivel de sus logros, fracasos y estrategias se consolida o desaparece en el tiempo.

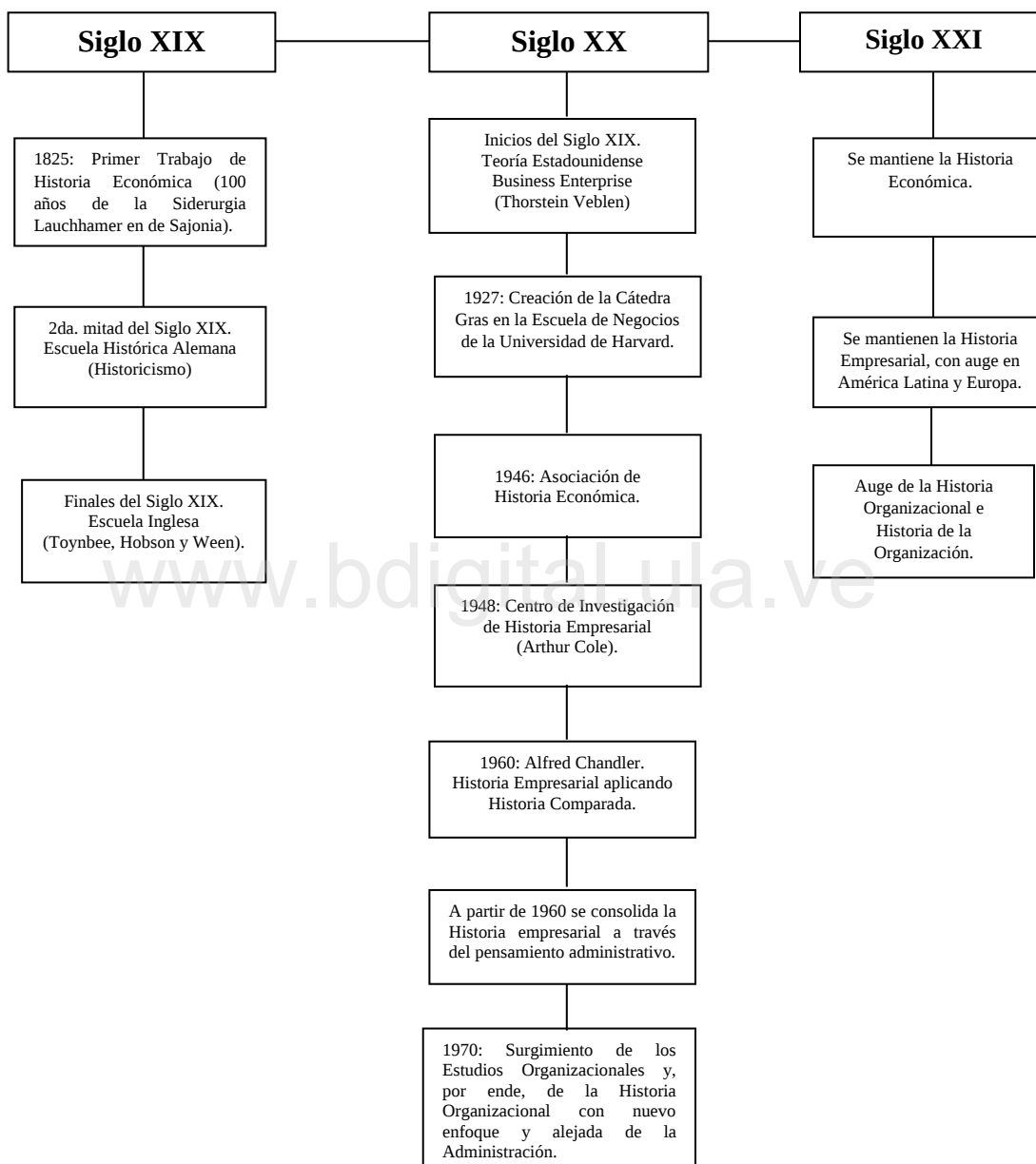
⁷² Nos hacemos eco de lo argumentado por Navia (2008) sobre la historicidad al mencionar que: “Desde un punto de vista particular, todo ser humano (primitivo o contemporáneo, alemán, iraquí, venezolano, aymara o vietnamita, amerindio u occidental) constituye y habita un mundo compartido, vale, decir, todo ser humano habita su propio mundo particular y el mundo cultural compartido con otros seres humanos el cual está ligado normalmente a un trozo del planeta. Más exactamente, al nacer caímos a un lenguaje y, por ende, a un mundo cultural ya hecho, dentro del cual nos hominizamos y forjamos nuestro propio mundo. Este mundo compartido es el producto de un largo proceso acontecido en el tiempo existencial de muchas generaciones. La historicidad (que no la historia de los historiadores) es, en consecuencia, ingrediente básico de mi habitar cultural y de habitar cultural de los miembros de mi comunidad simbólica. (45). Postura que refuerza lo señalado por Betancourt (2003).

Tanto la Historia de la organización como la historia organizacional tuvieron sus más lejanos y cercanos antecedentes en la historia económica, la historia empresarial y, en las teorías administrativas. En la actualidad, cada una se desarrolla de manera independiente, además de recurrir a la interdisciplinariedad, de acuerdo con los avances en los enfoques de las ciencias sociales. En lo que va del siglo XXI, la historia empresarial ha tenido un auge en América Latina, específicamente en México y Colombia, siendo todavía algo tímido su desarrollo en Venezuela⁷³.

www.bdigital.ula.ve

⁷³ Como una muestra, remítase a: Romero (2003), para el caso de México; Roncancio (2016), para Colombia; y Straka (2013), para Venezuela.

Gráfico N° 2 Evolución de la Historia Económica a la Historia de la Organización



Fuente: Elaboración propia.

La historia de la organización se acerca más a los reductos de la historia empresarial – que sigue su curso–, puesto que sus orígenes van de la mano con los empresarios o directivos, como elemento cohesionador de un proceso de evolución, que tal como se ha señalado, se privilegia las historias de vida de aquellos fundadores, quienes son analizados a partir del contexto social y económico en el que se erigieron. Por su parte, la historia organizacional amerita de la administración para la obtención de sus fuentes de estudio, es decir, las estadísticas, las nóminas, los balances contables, etc. Tales documentos permitirán valorar acciones y actitudes del recurso humano que hizo y hace vida en la organización. Sobre los documentos como fuente de estudio y patrimonio se tratará a continuación.

www.bdigital.ula.ve

3.1.- LA DOCUMENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN COMO FUENTE DE ESTUDIO Y PATRIMONIO

Para acercarse a la historia de la organización, bajo la nueva manera de ver la historia como disciplina científica, es necesario ampliar el concepto tradicional de documento, el cual, antes hacía referencia exclusivamente al texto escrito, es decir, a los documentos de archivos. En la actualidad, siguiendo a Alía (2008), documento es todo soporte que contenga información gráfica, sonora, visual, audiovisual o digital. Tanto el soporte en sí, como el registro de datos que contiene, son elementos que le dan corporeidad física y, en consecuencia, lo hacen digno de estudio.

Ahora bien, cuando se habla de fuente documental se refiere a: “cualquier tipo de documento existente, cualquier realidad que pueda aportar testimonio, huella o reliquia cualquiera sea su lenguaje” (Aróstegui, 2001, 378). Además, tiene la particularidad de concebirse de acuerdo con el asunto a investigar, es decir, el planteamiento del problema es lo que condiciona el tipo de fuentes a utilizar. Ampliando la definición, es oportuno definir como fuente histórica: “Todo aquel objeto material, instrumento o herramienta, símbolo o discurso intelectual, que procede de la creatividad humana a través del cual se puede inferir algo acerca de una determinada situación social en el tiempo”. (Aróstegui, 2001, 380).

Por tanto, todo documento es una fuente para la Historia y cualquier otra ciencia en la cual se tenga claro cuál es el objeto de estudio. Para las organizaciones, la documentación generada a lo largo de su existencia es material que sirve para reconstruir su historia. Los documentos: “(...) se constituyen como testigos que proveen evidencia, explicaciones y pruebas tanto para los sucesos ocurridos en el pasado como para las decisiones que se toman en el presente” (Consejo Internacional de Archivos⁷⁴, 2016, 1).

⁷⁴ En adelante se mencionará ICA por sus siglas en Inglés –Internacional Council on Archives–

Ahí están las pistas que dan cuenta precisa de la marcha del tiempo. Se suman, además, los testimonios verbales como fuente oral de gran valor para enriquecer la visión organizacional desde sus protagonistas. Alía (2008) señala que la fuente oral no se puede tratar como fuente complementaria de la escrita o material, según fuese el caso. Salvo que se esté realizando una historia más cercana a disciplinas como la antropología o la sociología, en las que, generalmente se logra una visión, desde el testimonio verbal, de los que no son “tomados en cuenta”: los obreros, las minorías, los marginados, etc. Razón por la cual, la oralidad es una alternativa para la reconstrucción histórica a partir de la mirada del otro.

Desde el punto de vista de la organización de empresas, siguiendo a Fincowsky (2009), un documento es un instrumento o medio de comunicación en formato gráfico o digital que, por lo general, contiene información tanto fija como variable de acuerdo con el objetivo del mismo. Lo que lo convierte en:

(...) vehículo de transmisión de datos e información organizacional más sencillo, claro y funcional, toda vez que permiten ordenar, sistematizar y orientar el manejo de cualquier otro recurso en términos físicos o electrónicos. Además, normativamente, cumplen con la finalidad de constituirse en una fuente de consulta para efectos legales y/o administrativos. (Fincowsky, 2009, 78).

La mayoría de los documentos que se generan en las organizaciones son escritos, visuales, audiovisuales, gráficos y digitales. Todos forman parte de un conjunto de elementos que dan fe de la cotidianidad en la que se desarrollan. Evidentemente, con

el paso del tiempo y, a la par del desarrollo tecnológico, sufren modificaciones en el formato o soporte en el cual se producen. Por ello, dentro del mundo organizacional, se ha requerido la implementación de la gestión documental⁷⁵, considerada como actividad práctica que permite: “(...) crear y mantener la información y la documentación que evidencia la toma de decisiones y las actividades y operaciones de la organización, y facilitar así su utilización en cualquier proceso de negocio y en cualquier nivel de la organización” (Alonso, 2019, 7).

El objetivo de la gestión organizacional es evidenciar, a través de los documentos, las políticas, las estrategias y los cambios que han sufrido las organizaciones en cuanto a la toma de decisiones de quienes llevaron a cabo la administración. Pero, si se complementa con lo señalado por Alonso (2019), la gestión documental tiene como propósito el control de los documentos que dan cuenta del desempeño de las diversas actividades dentro la organización. Mientras mejor estén archivados los documentos, mayor eficacia se tendrá al momento de rendir cuentas, hacer balances y, tener los materiales necesarios para analizar los riesgos y aciertos en las tomas de decisiones sobre los procesos de la organización.

⁷⁵ Otra acepción de gestión documental es que: “(...) forma parte de la estrategia para administrar los recursos informativos con que cuenta una organización. Por su naturaleza, el punto de partida radica en el enfoque clásico para manejar la documentación que constituye la plataforma de las operaciones que día con día afronta una organización, cuyo registro se centra en sus competencias centrales, estructura, sector de actividad, giro industrial, tamaño de la empresa, número de empleados, relaciones de coordinación, nivel de desarrollo tecnológico, sistemas de comunicación e información, trato a clientes (internos y externos), generación de bienes, servicios, capital y conocimiento y gestión de la calidad”. (Fincowsky, 2009, 78).

Dada la complejidad en la documentación que se crea y recibe dentro de las organizaciones, la Organización Internacional de Normalización ISO (en inglés *International Organization Standardization*), organismo encargado de normar sobre materias y aspectos que afectan el desarrollo de las organizaciones, desde el año 2001 inició la redacción de las normas ISO sobre gestión documental⁷⁶, con miras a uniformar en este campo, los archivos de las organizaciones. La intención es que todas las organizaciones –independientemente de su tamaño y objeto social– aplicasen conocimientos archivísticos claros que les permitan el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Siguiendo a Bustelo (2011), las normas ISO sobre gestión documental prevén la sistematización de los documentos desde el mismo momento de su creación, no cuando pasan al Archivo de la organización.

Una mención especial merece la relación entre la documentación de las organizaciones y los avances tecnológicos que, a raíz de la imposición del mundo digital, ha relegado a segundo plano el papel, como soporte principal en la cotidianidad administrativa. Por tanto:

⁷⁶ Véase la página oficial de la ISO: <https://www.iso.org/home.html>, en la cual se encuentran todas las normas sobre gestión documental y otras de gran interés para el mundo organizacional. Además, se recomienda para hispanos parlantes, la página oficial de Asociación Española de Calidad: <https://www.aec.es/>, la cual contiene información sobre la norma ISO 30300, 30301, 30302 y otras más que versan sobre la gestión documental. Para el caso de Venezuela, el Servicio Desconcentrado de Normalización, Calidad Metrología y Reglamentos Técnicos (Sencamer), cuenta con un Comité Técnico denominado *Documentación y Ciencias de la Información*. Los Subcomités Técnicos versan sobre: SC1 Control bibliográfico, SC2 Publicaciones periódicas, SC3 Bibliotecas información y documentos, SC4 Edición de documentos, SC5 Preservación y conservación de documentos, SC6 Bibliotecas públicas. Para mayor información véase: <https://www.sencamer.gob.ve/>

En la actualidad, la gestión de documentos ha evolucionado, no sólo para administrar los documentos producidos en soporte papel, sino que a su vez, se han desarrollado lineamientos para gestionar los documentos electrónicos, lo cual respalda las iniciativas emprendidas en el ámbito mundial relacionadas con un importante proceso normalizador de sus teorías y prácticas, aplicándose en diferentes organizaciones sean estas públicas o privadas, como un elemento dinamizador de su competitividad y de la solución de problemas puntuales tanto en el mejoramiento de la toma de decisiones, como en la prestación de servicios a clientes, usuarios y proveedores (Sánchez, 2014, 27).

En consecuencia, estos nuevos soportes, formatos o plataformas digitales, al igual que los documentos en papel, se convierten en los custodios de la memoria documental de las organizaciones.

Ahora bien, todo lo hasta aquí mencionado sobre la gestión documental está encaminado en servir de apoyo y soporte en el diario acontecer de las organizaciones, desde la rapidez con que se tienen los documentos para la toma de decisiones, evaluación de desempeño, informes de gestión, entre otros usos. Realidad que no debe estar separada de la función que deben cumplir los documentos como fuentes de estudio para la historia de la organización y la historia organizacional.

Los documentos que crea y recibe una organización forma parten de su patrimonio documental⁷⁷, por lo que son tan importantes como los bienes muebles e inmuebles que ha adquirido a lo largo de los años de existencia. Su preservación y conservación debe ir más allá del utilitarismo, porque es reflejo de la historia de la organización, es registro de sus logros y fracasos, y es testigo de su evolución en el tiempo.

Gráfico N° 3 Fuentes para el estudio de la Historia de la Organización



Fuente: Elaboración propia.

Lo tratado hasta aquí, se resumen en el cuadro siguiente:

⁷⁷ Patrimonio documental es el “conjunto de bienes reunidos en archivos y documentos de cualquier época generados, conservados y reunidos en el ejercicio de su función por cualquier organismo o entidad de carácter público, por las personas jurídicas (...) u otras entidades públicas y por las personas privadas, físicas o jurídicas (...)”. (*Diccionario de Panhispánico del español jurídico*. En: <https://dpej.rae.es/lema/patrimonio-documental>).

Cuadro N° 5 De cómo las organizaciones son y forman parte de la Historia

La historia, como ciencia que estudia a los individuos a través del tiempo, se convierte en fundamental para construir la *historia de las organizaciones*, a fin de demostrar que el desarrollo y crecimiento de ellas está anclado con su origen. Las organizaciones tienen su propia *historia de vida*, la cual les ha permitido fortalecerse y consolidarse. Esa vida propia es sinónimo de una *identidad organizacional* que se preserva mediante la historia. Nada es fortuito. Todo tiene un alfa y un omega. Un proceso de gestación dentro de un contexto. De ahí que, la historia, para comprender mejor los acontecimientos individuales u organizacionales requiere delimitar su enfoque dentro de un tiempo y espacio determinados.

A través de la historia de las mentalidades, el *tiempo histórico* y el *tiempo social* permiten una mirada más amena desde lo cotidiano. En la Escuela de los Annales los fenómenos sociales se han delimitado desde tres tiempos históricos, atendiendo a su corta, mediana o larga duración. El *tiempo social* se ha abordado desde la sociología, ciencia que permite explicar que la dinámica humana se maneja en todos los tiempos: míticos, mágicos, económicos, entre otros; y van de lo individual a lo colectivo. *El tiempo en las organizaciones* se expresa en tiempos sociales de acuerdo con los ciclos o periodos en los cuales se dividen sus actividades productivas. *El tiempo* en la historia y el *tiempo social* en las organizaciones están insertos en la historia global de las sociedades. Las organizaciones por sí mismas son objeto de historia, porque están unidas a un contexto social donde ocurren acontecimientos a diario.

La *historia de las mentalidades* y la *historia oral* permiten que las organizaciones puedan estudiarse a través de nuevas fuentes (documentales, orales, gráficas, audiovisuales, entre otras) para rescatar del olvido elementos que la misma dinámica de la organización pasó por alto. Ahora bien, para el abordaje de la historia de la organización, los *Estudios Organizacionales*, con un enfoque cualitativo y multidisciplinario, dan cuenta de la realidad organizacional, siendo la historia una de las piezas claves para su análisis.

Es importante deslindar la *historia de la organización* y la *historia organizacional*. La primera, es el estudio de la evolución de la organización en el tiempo; y la segunda, es el análisis de cómo la organización con sus logros, fracasos y estrategias se consolida o desaparece en el tiempo. En ambas, los *documentos* de la organización y el *testimonio* de quienes hacen vida en ella, son las fuentes primarias para construir la historia de toda organización. El *conocimiento histórico de la organización* se enriquece a partir de la valoración de su acervo documental, a fin de fortalecer su historia como proyecto de identidad.

CAPÍTULO V
LA HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN
COMO PROYECTO DE IDENTIDAD

Hoy en día, la ciencia histórica ha superado su acepción de “cuento de lo vivido”. Para ello, se ha tenido que revitalizar, reacomodar y, sobre todo, afianzar. Pues, aunque todo tiene historia, no para todos es importante esa historia. Donde exista un registro que evidencie un desarrollo humano, la historia tiene su razón de ser, por cuanto compendia acontecimientos de hombres y mujeres ocurridos en una línea de tiempo dentro de espacios culturales que, a fin de cuentas, permiten comprender cómo han sido fraguadas las distintas sociedades que han poblado el orbe.

El oficio de historiar acontecimientos, hechos y procesos sobre personas humanas y personas jurídicas, no es una mera cuestión de contar episodios acaecidos en un espacio y tiempo determinados, como si se tratara de la narrativa dentro de un texto de creación literaria, sino más bien, de analizar lo acaecido recurriendo a la técnica, metodología y abordaje científico de la historia; ello implica un estudio sistemático que permita ubicar a cada individuo u organización en el contexto. Es lo que Hegel llamaría la historicidad, la cual consiste en que cada hecho histórico obedece a sus propias circunstancias temporales. De ahí que, la historia en el mundo organizacional permite comprender la dinámica social, laboral y tecnológica que cada organización ha realizado con su capital humano en determinadas épocas, adecuándose a las necesidades del entorno.

A continuación, se reflexionará sobre la importancia de la historia y el papel que desempeña la identidad en las organizaciones, y, a la par, se realizarán algunas propuestas metodológicas que permitan orientar estudios sobre la historia de la organización como proyecto de identidad.

1.- LA IMPORTANCIA DE LA HISTORIA DE Y EN LAS ORGANIZACIONES

Dentro del mundo de las organizaciones hay dos historias. La primera, mantiene la memoria desde sus orígenes; y la segunda, hace referencia al desarrollo de las organizaciones desde el desempeño y actuación ante los cambios sociales y, en especial, los cambios tecnológicos⁷⁸. Ambas historias son capaces de complementarse, porque una no puede estar alejada de la otra; es decir, si se pierde la memoria de cómo se creó y evolucionó una organización, se pierde la posibilidad de comprender cómo se ha mantenido en el tiempo.

La historia, entonces, fortalece la estructura organizacional, manteniendo, a través de los años, los valores y objetivos corporativos e identitarios. Al igual, recoge las experiencias, las vicisitudes, los momentos difíciles, los riesgos y las estrategias realizadas a lo largo del tiempo que, en resumidas cuentas, están ancladas al esfuerzo

⁷⁸ En lo que va del siglo XXI se han generado cambios que han trastocado no sólo a las organizaciones, sino también, a las sociedades del planeta, como, por ejemplo, los cambios climáticos que están influyendo en la realidad actual.

de un colectivo (capital humano) involucrado y consciente que formó parte de la organización. Por tanto, mantener la memoria organizacional es garantizar un futuro. Quienes conozcan sus raíces tendrán la capacidad de afrontar los retos que se les presente, pues, serán capaces de adaptarse y comprender que los avances no pueden estar divorciados de los pilares fundacionales que los hacen únicos. Además, la capacidad de las organizaciones de mantener presente, desde su colectivo, el desarrollo, los esfuerzos, los logros y también los fracasos, permite que esa trayectoria fortalezca su identidad organizacional.

La valoración del desempeño de una organización, a lo largo del tiempo, permite, en primer lugar, fortalecer la lealtad de sus integrantes, dado que se sienten parte de los logros alcanzados; en segundo lugar, refuerza los valores que caracterizan a la organización, por ende, su identidad; en tercer lugar, se fomenta el reconocimiento desde lo interno hacia lo externo a través del esfuerzo realizado para el logro de los objetivos; y, en cuarto lugar, consolida a la organización en el mercado, por la solidez y el prestigio alcanzado y sostenido por ésta a lo largo de su existencia.

En la actualidad, existen organizaciones exitosas que valoran su propia historia y se proyectan en el tiempo afrontando los retos que la tecnología les impone.⁷⁹ ¿A qué se debe ese éxito?⁸⁰ A que comprendieron que la oportunidad de adaptarse va de la mano de su historia. Quienes acepten que los cambios son oportunidades de crecimiento organizacional garantizan su supervivencia, por tanto, han comprendido que la competencia apremia y el mercado está al acecho. Hacer énfasis en la revisión e interpretación periódica de la historia de la organización es tan importante como evaluar sus logros desde el punto de vista económico.

La virtualidad ha generado una realidad dinamizada “(...) por la sobrecarga de información” (Guldi y Armitage, 2016, 196). De ese flujo de información se nutre la historia para comprender el contexto en el que están insertas las organizaciones de hoy. También, las organizaciones se desenvuelven dentro de la historia breve⁸¹, comprendida esta como el estudio de un hecho, sujeto u objeto, en este caso las

⁷⁹ Las organizaciones del siglo XXI están cambiando a una velocidad marcada por el desarrollo de la tecnología. Los organigramas y estructuras de antaño se han redimensionado de tal manera que el fin último es la rapidez de respuesta; por tanto, las organizaciones están en la búsqueda de nuevas formas de percibir la jerarquización, así como los roles de cada uno de los integrantes bajo la dinámica tecnológica. De ello depende la permanencia en el mercado, mucho más competitivo y agresiva en todos los niveles (publicidad, productos, bienes y servicios).

⁸⁰ Verbigracia, en el ramo de la alimentación, la mayoría de las organizaciones se han adaptado a las nuevas necesidades del mercado, siendo interesante valorar que sus marcas de identidad tienen la particularidad de cambiar en la medida en que los acontecimientos trascendentales se desarrollen a nivel global, tales como: las navidades, los mundiales de Fútbol, los carnavales, entre otros. Sin embargo, la historia siempre descuella como patrimonio inmaterial organizacional.

⁸¹ “La historia breve produjo la escuela fundamentalista de la reducción de los horizontes temporales conocida como la Microhistoria. La Microhistoria abandonó en gran medida el gran relato o la ejemplificación moral a favor de la concentración en un acontecimiento particular” (Guldi y Armitage, 2016, 96), o, en otros términos, el estudio de una institución en un tiempo corto de análisis que no superaba los setenta o cien años de la historia tradicional. Claro está, las excepciones siempre existen y las fuentes, la mayoría de las veces, justifican su extensión temporal.

organizaciones, en un tiempo relativamente corto⁸² que puede contribuir a comprender su evolución, y su relación con un contexto social, político y económico que garantice su permanencia.

En tal sentido, ante un mundo veloz y saturado de información, pero a la vez, azotado por la cortedad del tiempo, la historia de la organización desde la mirada micro y macro, se hace cada vez más necesaria para preservar la memoria histórica organizacional, porque la valoración e interpretación de su desarrollo, en otras palabras, el mirar atrás, siempre le dará las bases para comprender el presente y tener claro las herramientas para enfrentar el futuro. Pudiese ser una quimera, pero el éxito de muchas organizaciones ha dependido de cómo se han visualizado y proyectado en el tiempo. Más que un cliché el *“ver el pasado, para comprender el presente, y construir el futuro”*, se debe convertir en el punto nodal, el camino hacia la consolidación y fortaleza organizacional.

La durabilidad de una organización puede ser sinónimo de una historia de éxitos, con una identidad sólida y con la capacidad de adaptarse a los nuevos tiempos. No en vano, desde el siglo XXI, las organizaciones comprendieron que:

⁸² A propósito del corto tiempo de los hechos sociales, las organizaciones deben asirse a la historia para la comprensión y valoración de sus fortalezas con el fin de enfrentar los retos que la dinámica, mayormente externa a ella, le indique.

La democratización de Internet y el uso extendido de las redes sociales (...) están en la base de la intensa participación ciudadana en la construcción de la memoria de nuestro pasado e incluso en la historia del presente. Las experiencias traumáticas vividas o transmitidas por las generaciones precedentes son algunos de los temas que mayor interés suscitan y, en consecuencia, en los que la contribución social es más amplia (Dueñas y San Francisco, 2020, 15).

Si las organizaciones hacen uso de las nuevas tecnologías de la comunicación para proyectarse, constituye un plus en la valoración de esta, generando confianza en el público consumidor de sus bienes y servicios del cual forma parte. Esto demuestra que asirse a los avances del mundo virtual facilita su permanencia en el tiempo. Ya McLuhan (1996) preveía que los medios de comunicación se convertirían en extensiones del ser humano, y en la actualidad se evidencia que su visión fue profética, por cuanto, lo que va del siglo XXI, la era digital se ha consolidado. La influencia de los medios de comunicación y, por ende, de las redes sociales en la vida cotidiana arroja también el ámbito organizacional. Si bien es cierto, la existencia de una organización está dada por su presencia virtual; también, el aprovechamiento de esta herramienta tecnológica es útil para la difusión de la historia de la organización.

Ahora bien, para alcanzar una historia de la organización y en la organización acorde con la realidad tecnológica es necesario comprender que:

La historia tiene un papel importante que desempeñar en el desarrollo de normas, técnicas y teorías idóneas para el análisis de bases de datos mutuamente incompatibles allí donde haya elemento temporal decisivo para descubrir la casualidad y la correlación. Los expertos que traten de explicar la Historia y las perspectivas de diversos programas de seguros, inversiones

inmobiliarias, ecología o política, necesitarán, sin excepción, formular preguntas a escala temporal cada vez mayor (Guldi y Armitage, 2016, 191).

Así, cada estrategia o plan realizado dentro de una organización será analizado atendiendo a la realidad del momento, según las circunstancias sociales, económica y política que determinaron su ejecución. Una constante mirada al pasado será siempre una forma de ofrecerle un futuro a la organización, porque solo volviendo sobre sus pasos, y valorando su andar en el trasiego de la historia, toda organización consolidará su identidad.

2.- EL PAPEL DE LA IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

Las organizaciones del siglo XXI:

(...) están inmersas en unas economías globalizadas, definidas por la deslocalización y la fragmentación de los procesos productivos, con nuevas formas de presión competitiva en un mundo profundamente desigual que mantiene niveles muy diferentes de protección de los derechos humanos y prestaciones sociales (Rubio, 2007, 6).

En tal sentido, las organizaciones no son vistas solamente como actoras económicas, sino que son consideradas como factores sociales que influyen en la configuración de un mundo más justo, puesto que sus relaciones con la sociedad tienen un impacto en todos los ámbitos. En la actualidad, las organizaciones más que en épocas pasadas – donde los cambios fueron “relativamente más lentos”– necesitan convivir con el

orden y el desorden; situación que no va en detrimento de su solidez, todo lo contrario, les permite crear mecanismos del entorno que, la mayoría de las veces, desintegran o degradan las reglas de juego por las cuales se rigen. La capacidad de poder manejarse que tienen las organizaciones puede generarles beneficios con respecto a sus pares. Pues, tal como lo expresa Morín (1994): “Toda organización, como todo fenómeno físico, organizacional y, por cierto, viviente, tiende a degradarse y a degenerar (...) No hay ninguna receta de equilibrio. La única manera de luchar contra la degeneración está en la regeneración permanente” (125).

Ahora bien, la revolución digital del internet y las redes sociales, según Chul Han⁸³ (2013), ha transformado la esencia de la sociedad, convirtiéndola en un “enjambre social”, donde los individuos, al estar aislados, carecen de alma y se alejan del bien común. Siendo necesario que las organizaciones asuman los retos que dicho impacto les impone, pues trastoca la manera tradicional de insertarse en el mercado y, sobre todo, de llegar a sus clientes. Claro está, la rapidez en las que se producen los cambios está generando una nueva forma de ser, donde se mantienen unos valores, cualidades y acciones que más que hacer que la identidad se reinvente, las organizaciones fortalecen su marca identitaria dentro del proceso de transformación actual. Por consiguiente, se está en una etapa en que dicha transformación es digital, en la cual:

⁸³ Chul Han, en *La Sociedad del Cansancio* (2012), analiza cómo la virtualización y la tecnología han convertido a los individuos en seres carentes de valores y en seres egoístas. No obstante, las críticas que se le puedan hacer a este texto no minimizan parte de sus argumentos que permiten reflexionar sobre el tema.

(...) la adopción de procesos y prácticas de negocios para ayudar a la organización a competir efectivamente en un mundo cada vez más digital (...) no limita el concepto de Transformación Digital a lo tecnológico, sino que por el contrario entiende que la tecnología es sólo una parte de la Transformación Digital, en la cual la estrategia, la gestión del talento, la estructura organizativa y el liderazgo son tan o más importantes que la tecnología [como] el papel fundamental de los usuarios, clientes, empleados, competidores, quienes, a partir de sus cambios en la forma de actuar, de consumir, de comunicarse, demandan y esperan que las empresas se adapten a estas nuevas necesidades (Alunni y Llambías, 2018, 11)⁸⁴.

El planteamiento de la cita anterior encaja en las directrices de esta investigación porque toma en cuenta todos los aspectos que le dan funcionamiento a la organización; además, se acerca a una concepción compleja u holística para comprender que el mundo virtual de hoy, donde se desenvuelven los individuos, la sociedad y las organizaciones, van guiados por la tecnología; a la par, alude al consenso para que la humanidad siga su natural desarrollo hacia el futuro. Pero, además, la transformación digital, siguiendo a Negroponte (1995), va unida al conocimiento científico. Esto ha ocasionado cambios evidentes en la forma de vivir y de percibir la realidad. El tiempo y el espacio perdieron su esencia y se reacondicionaron a la luz de la digitalización. De ahí que, no se puede perder de vista el impacto de la tecnología en esta nueva realidad.

⁸⁴ Para Alunni y Llambías (2018) la definición viene dada por lo señalado por el *Massachusetts Institute of Technology*, 2017. Véase: Massachusetts Institute of Technology. (2017). MIT Sloan Management Review. En: <https://sloanreview.mit.edu/article/putting-customer-experience-at-the-center-of-digital-transformation>

Así entonces, bajo ese panorama ¿cuál es el papel de la Identidad en las organizaciones? La respuesta pasa por comprender que la Identidad, como parte integral de las organizaciones, debe ajustarse a la nueva realidad, es decir, se plantea la necesidad de proyectarse y adaptarse en la medida en que los cambios se vayan generando. También pasa por aceptar que una organización, consciente de su rol en la sociedad, tiene la estructura capaz de sostenerse en el tiempo. Si se parte del hecho ya mencionado, de que la identidad comprende la imagen, los valores, los objetivos, la visión y misión en el mundo de las organizaciones, se tiene claro que algunos aspectos deben mantenerse fieles, pues son los pilares fundacionales. De ahí la importancia de la historia; otros, en cambio, pueden adaptarse a las nuevas realidades del mercado y, sobre todo, de la virtualización.

La Identidad debe asirse a la historia a fin de generar las transformaciones necesarias en las organizaciones, para, en primer lugar, adaptarse a los cambios en la medida en que se van suscitando; en segundo lugar, lograr la permanencia en un mercado cada vez más competitivo; en tercer lugar, hacer que sus productos (bienes o servicios) sean de la preferencia de un consumidor cada vez más exigente; en cuarto lugar, buscar nuevos mercados socialmente diferente a los tradicionales; en quinto lugar; hacer de la tecnología de la comunicación un aliado y no un obstáculo para la permanencia; y, en sexto lugar; consolidar a la organización en el tiempo, en la que su identidad sea el motor de los cambios y, la historia, la brújula que indique el camino a seguir. Razón por la cual, la historia como ciencia puede proponer una metodología

que permita desde las organizaciones convertir a la historia en su proyecto de identidad, lo que se presenta a continuación:

3.- PROPUESTA METODOLÓGICA DE LA HISTORIA COMO PROYECTO DE IDENTIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

La intención en este apartado es plasmar, a través de una propuesta metodológica, la vía para que la historia de la organización se convierta en un proyecto de identidad, como propósito que va de la mano del objeto social de las organizaciones. Se espera generar conciencia histórica en todos los que hacen vida en la organización, para que sean partícipes del proceso de conservación y preservación de la memoria tangible e intangible⁸⁵, de modo que se identifiquen, con sentido de pertenencia, con la organización de la que forman parte, que contribuya con otras disciplinas o enfoques, como los estudios organizacionales, que también se valen de la historia para la comprensión de la organización desde varias aristas, de ahí que, lo que se propone en este capítulo ampliará y enriquecerá su abordaje.

Es importante resaltar que los cambios y las adaptaciones a nuevas formas de concebir la identidad, desde la historia en las organizaciones, posiblemente traiga consigo alteraciones en las actividades diarias, puesto que se debe dar un proceso de

⁸⁵ Antropológicamente, también se usan los términos materiales e inmateriales para referirse a los elementos patrimoniales de cada una de las formas en las que los seres humanos se organizan.

concientización a todo el capital humano de la organización sobre la historia del entorno donde desarrolla su vida laboral, de manera que todos los partícipes logren conocer y comprender el desarrollo de la organización. Pues, conociendo esa historia, cada cual lograría ubicarse como sujeto histórico dentro de la dinámica organizacional cotidiana.

Esta ruta metodológica que se propondrá, es la oportunidad para que, desde el conocimiento o la pericia de la ciencia histórica, se puedan presentar lineamientos que contribuyan al rescate y revalorización del papel de la historia en las organizaciones y, sobre todo, para que logre convertirse en un proyecto de identidad que se sobreponga y se adapte a los cambios que, inevitablemente las organizaciones, como el resto de la sociedad, están experimentando. En tal sentido, la propuesta metodológica buscar establecer, dentro de las organizaciones, nuevas miradas y enfoques para aprovechar sus recursos en aras de hacer de la historia de la organización un proyecto de identidad que se consolide en el tiempo.

3.1.- DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL A LA FUENTE HISTÓRICA ORGANIZACIONAL

En el capítulo anterior se hicieron algunas menciones a la importancia de preservar la documentación que genera toda organización por cuanto ahí está buena parte de su historia. Ahora, se profundizará en torno a cómo y porqué la documentación que se

genera y se recibe en el desarrollo cotidiano de cada organización es fuente para la comprensión de la historia interna y externa organizacional⁸⁶. De ahí la necesidad de su preservación.

En este sentido, salta a la vista la necesidad de empezar a dilucidar en torno a la importancia de la gestión documental como patrimonio documental de las organizaciones. Para ello, es fundamental incluir en las actividades relacionadas con la generación de documentos –es este caso los expresados en papel o en su versión física– elementos archivísticos⁸⁷ que hagan de ellos fuentes para la historia de la organización.

www.bdigital.ula.ve

El *Internacional Council on Archives* (Consejo Internacional de Archivos), cuyas siglas en inglés es ICA⁸⁸, considera que los documentos:

(...) constituyen herramientas a través de las cuales los gobiernos pueden rendir cuentas a los ciudadanos y demostrar su capacidad para promover valores democráticos. Una adecuada gestión documental es lo que permite que un país comprenda quién, cuándo, dónde, cómo y el porqué de las acciones de su gobierno garantizando y (...) permitiendo que los

⁸⁶ Al aludir a la *Historia interna organizacional* se refiere a la historia propia que tiene cada organización como ente, institución o corporación. Mientras que, la *Historia externa organizacional* se refiere a la participación de la organización dentro de una realidad local, regional, nacional y/o internacional, cuyo desenvolvimiento es significativo en el desarrollo de una cotidianidad inserta en la historia colectiva. Es decir, se refiere a la dinámica de esa organización dentro de otra historia: la del contexto donde se desenvuelve.

⁸⁷ La archivística se considera "... una ciencia por cuanto posee un objeto, los archivos en su doble consideración: los fondos documentales y su entorno; posee, además, un método, compuesto por un conjunto de principios teóricos y procedimientos prácticos, cuya evolución constante la perfilan con mayor nitidez día a día. Y un fin: hacer recuperable la información documental para su uso" (Cruz, 1994, 64).

⁸⁸ Consejo Internacional de Archivos. Véase su página web: <https://www.ica.org/es>

representantes (...) puedan explicar y rendir cuentas a la ciudadanía del porqué de las acciones que llevan a cabo. El archivar adecuadamente también contribuye a una gobernanza más eficaz y eficiente (ICA, 2016,1).

Haciendo la analogía para las organizaciones en sentido amplio, la documentación, siguiendo a Cruz (1994), se convierte en el archivo de oficina cuya función es ser de utilidad inmediata en las actividades administrativas. Razón por la cual, debe estar a disposición de quien lo requiera, siendo importante el acceso de manera rápida y controlada; de ahí que la forma en que se organice la documentación debe estar controlada y normada.

Con el paso del tiempo y de la acción administrativa, un gran cúmulo de documentación, que antes era de uso vital en la gestión diaria, pasa a ser guardado en depósitos o lugares que –la mayoría de las veces– están alejados del espacio habitual de la organización, haciendo que pierdan interés de consulta, a menos que un hecho legal o de hacienda así lo requieran, y entonces empiezan a ser desempolvados. No en vano, y tal como se mencionó, la regulación sobre la gestión documental tiene como objetivo servir de acceso rápido a la información como apoyo a la vida administrativa de la organización.

Por tal motivo, para que dichos archivos se conviertan en fuente para la historia de la organización, se proponen las acciones siguientes:

3.1.1.- Diagnóstico de la documentación generada por la organización a lo largo de los años de existencia, a los fines de valorar la importancia de su conservación y preservación como patrimonio documental. Un personal en el área de la archivística, conformado por historiadores con conocimientos en archivos, debería realizar el diagnóstico. Es posible que, según la estructura y capacidad de la organización, no todas las organizaciones cuenten con los recursos para la contratación de historiadores. Sin embargo, esta situación se puede solventar si en los Manuales de Procedimiento se incluye la capacitación del personal en el manejo de documentación con fines tanto administrativos como históricos.

3.1.2- Selección y resguardo de la memoria documental de la organización. Se trata del proceso que va de la mano del punto anterior, puesto que se debe estar consciente de que no toda la documentación generada o recibida es digna de custodiarse. Siendo necesario para ello, el establecimiento de parámetros dentro de la organización sobre el manejo, control y resguardo de la documentación. La gestión documental traza la forma en la cual se archivan los documentos para fines administrativos y gerenciales, con miras a ofrecer claridad y transparencia en el trabajo realizado. De ahí que, su fortaleza radique en la comprensión del valor documental para la historia de la organización con fines de consolidar su identidad en el tiempo.

3.1.3.- Digitalización documental. Se trata del “(...) proceso de conversión apoyado en herramientas tecnológicas que permiten transformar formatos de soporte análogo, tales como: papel, video, casete, cinta, película o microfilm en archivos digitales que contienen una copia fiel de la imagen codificada” (González y Almarza, 2019, 17). Es oportuno recalcar que, desde hace varias décadas, la tecnología ha servido de apoyo para conservar y facilitar el uso de copias fieles de documentos que pueden revisarse desde cualquier dispositivo electrónico, convirtiéndose en una vía más rápida para acceder a la información de manera individual y grupal. Esta última significa que varias personas pueden hacer la revisión de la documentación digitalizada simultáneamente.

www.bdigital.ula.ve

Ahora bien, la digitalización es un proceso que se prevé en las organizaciones por:

(...) el cambio de la gestión de documentos a los sistemas digitales, muchas organizaciones están digitalizando documentos en papel y otros soportes no digitales. Para gestionarse de forma eficaz, las organizaciones necesitan crear documentos completos y precisos de sus actividades y mantener estos documentos durante mucho tiempo para su posterior consulta, con independencia del soporte de almacenamiento de los mismos (Asociación Española de Normalización 2011, 5)⁸⁹

Como en todo proceso, la digitalización de documentos tiene beneficios y riesgos.

Sus beneficios son:

⁸⁹ En adelante –UNE– Véase. Norma UNE-ISO/TR 13028:2010 IN. En: <https://www.une.org/la-asociacion>

- Capacidad para acceder al mismo documento por parte de múltiples usuarios de manera simultánea.
- Acceso al documento desde cualquier lugar por medio de cualquier dispositivo electrónico.
- Integración del documento con diferentes aplicaciones.
- Capacidad de reutilizar los recursos existentes sin importar su formato en múltiples procesos.
- Creación de permisos específicos sobre los documentos.
- Creación de flujos de trabajo digitales con los documentos, incluso la trazabilidad del mismo.
- Control de versionamiento de los documentos normativos de las instituciones, pudiendo actualizar en cualquier momento la nueva versión sin perder la anterior.
- Planeación controlada de las técnicas de eliminación de los documentos representados en soporte papel y digital, que hoy en día genera distorsión de la información al lector.
- Suministro de versiones protegidas y aseguradas para evitar cualquier cambio.
- Trazabilidad de los cambios de formatos y perduración a lo largo del tiempo.
- **Liberación de espacios físicos en los cuales se almacenan los documentos más importantes para las organizaciones.**
- Aumento de la productividad de los empleados (UNE, 2011, 8) (Subrayado nuestro).

Tal como se observa en la cita anterior, se sigue insistiendo en la necesidad de conservar, en versión digital, los documentos con sentido administrativo, sin mencionarse su conservación en la institución con valor histórico. Razón por la cual, se recomienda que las personas encargadas en la gestión documental y, específicamente, en el proceso de digitalización, consideren siempre que el documento cumple la doble función de guarda y custodia de la historia de la organización y de la historia organizacional. Del mismo modo, es importante subrayar que, entre los beneficios mencionados en esa cita, salta a la vista que la digitalización permitirá la liberación de los espacios físicos donde reposan los

documentos primordiales de las organizaciones. Lo que indica que dicho proceso debe pasar por el diagnóstico y selección arriba explicados.

Ahora bien, el proceso de digitalización debe realizarse con precaución. Pues, tal como se ha indicado en el párrafo anterior, la intención es liberar espacio físico, por cuanto se corre el riesgo de eliminar documentos importantes que deben ser conservados en su versión papel, es decir, original. Pero, además, se debe tener en cuenta otros riesgos como: contar con la plataforma tecnológica al día para que las imágenes se puedan visualizar en diversos dispositivos a medida que se van actualizando,⁹⁰ las legislaciones sobre la autenticidad de los documentos en formato digital, los ahorros en costos de espacio frente a los retos de los costos por renovación tecnológica, la saturación de las memorias de almacenamiento informático, entre otros. (UNE, 2011).

Así las cosas, la implementación del proceso de digitalización en las organizaciones debe ser una medida concienzuda, siendo importante la evaluación de sus ventajas y desventajas, más allá de la desocupación del espacio físico. Puesto que se trata, nada más y nada menos, del acervo patrimonial documental de la organización.

⁹⁰ Desde otro punto de vista, el investigador o usuario independiente que no tenga actualizada su computadora se verá limitado a acceder a la información digital organizacional, por incompatibilidad de dispositivos.

3.1.4.- *Creación de base de datos en el área de gestión documental como forma de organización tanto de los documentos físicos en resguardo como de los digitales.* A fin de cuentas, se tiene claro que:

La sobrecarga de información es una realidad de la economía del conocimiento de nuestros días. Los archivos del conocimiento y los juegos de herramientas prometen dar sentido a datos oficiales y empresariales que por ahora están fuera del alcance tanto de los investigadores como de los medios de comunicación y los ciudadanos. La inmensidad del material que tenemos ante nosotros reclama árbitros capaces de ayudarnos a dar sentido a datos que superan las fronteras del saber especializado, datos de naturaleza al mismo tiempo económica, ecológica y política, recogidos en el pasado por instituciones cuyas finalidades e inclinaciones han cambiado en el tiempo. (Guldi y Armitage, 2016, 192).

Por tal motivo, es necesario combinar la gestión del conocimiento, la gestión documental y la historia de la organización a los fines de la creación de los campos de las *big datas* que permitirán, a gran escala, servir de fuente de consulta a los involucrados. Es esencial que la inclusión de las bases de datos, en el área documental, no solo se refieran a números o estadísticas, sino también a contextos y realidades en las cuales se generó la información para que sean provechosos en el tiempo. Es decir, son necesarias las minutas descriptivas⁹¹ sobre los hechos que propiciaron el documento; de lo contrario, se perdería su sentido y utilidad, tanto en el orden administrativo como en el histórico.

⁹¹ Es un resumen descriptivo sobre el contenido del documento y del formato del mismo. La intención es mencionar la fecha, el lugar, el motivo por el cual se genera y las personas involucradas. En archivística es muy importante porque permite de manera rápida conocer el contenido.

Lo esgrimido hasta aquí, evidencia que las organizaciones cuentan con recursos para comprender que no es sólo la acción diaria del desempeño administrativo, sino que cada operación forma parte de la historia inmediata de la organización. Así que, implementar medidas o adaptarlas de acuerdo con las existentes, se convertirá en un plus a corto, mediano y largo plazo, en beneficio de la memoria documental de la organización.

3.2.- LA FOTOGRAFÍA DE LA ORGANIZACIÓN COMO DOCUMENTO HISTÓRICO

La fotografía es, para las organizaciones, el registro visual de sus actividades realizadas a lo largo de los años. Es la prueba de su presencia y permanencia en diversos espacios marcados por una línea de tiempo. Por tanto, forma parte del patrimonio documental de la organización. Desde el enfoque de la Escuela de los Annales, y, en específico, según Burke (2005) las imágenes son documentos históricos que brindan la posibilidad de analizar y comprender la historia. Máxima en la que, obviamente, queda subsumida la historia de la organización. Así, las imágenes ofrecen:

(...) testimonio de algunos aspectos de la realidad social que los textos pasan por alto, al menos en algunos lugares y en algunas épocas. Además, ofrecen un testimonio acerca de la organización y la puesta en escena de los acontecimientos, tanto grandes como los pequeños (...) El testimonio de las

imágenes debe ser situado en su contexto político, económico, social, pero también en el cultural y artístico (Alía, 2008, 355).

En tal sentido, las fotografías deben ser tratadas en las organizaciones como documentos históricos con el mismo rango de importancia que los del soporte en papel, puesto que cada una, a su manera, contiene información visual sobre el desempeño de la organización en el decurso de su existencia. La conservación y preservación de la colección fotográfica dependerá de las mismas medidas que se tomen para hacerlas parte del patrimonio de la organización y, por ende, uno de los elementos que contribuyan al fortalecimiento de la historia como proyecto de Identidad. Esto es importante porque cada fotografía:

(...) nos permite acercarnos a la sociedad, a sus gustos, a las ideas y valores predominantes, a sus problemas, a la vida cotidiana de la gente humilde y de las clases altas, a los acontecimientos más cercanos y a los grandes frentes de batalla. En suma, la fotografía es el reflejo de nuestra sociedad (Alía, 2008, 361).

Para las organizaciones, las fotografías se convierten en el medio más idóneo para tener presente los aspectos y momentos que, a lo largo del tiempo, hicieron de ella lo que son. La imagen capta los avances, los logros, los colores de la marca, las indumentarias usadas por el personal en distintos contextos, las variadas maquinarias empleadas a lo largo del tiempo, las estructuras físicas de la organización, los procesos de producción y distribución, las celebraciones, las jornadas y cursos de capacitación del personal, y, sobre todo, los rostros de quienes han hecho posible que la organización se constituya y siga en funcionamiento hasta la actualidad. Todos

estos elementos visuales permiten a la organización mirarse no solo en cúmulo de palabras documentales, sino también, en imágenes de variadas épocas, para así comprender que su evolución, en muchas oportunidades, también quedó retratada en flashes de cámaras que captaron momentos cotidianos, en blanco y negro, en sepia, o a color, permeados por la historicidad. Las fotografías, por tanto, se convierten en guías para “leer, estudiar y comprender las estructuras de pensamiento y representación de una determinada época” (Burke, 2005, 13).

En este orden de ideas, el rescate, conservación y preservación de los documentos fotográficos de la organización contribuirán en hacer de su historia visual un elemento más que fortalezca su identidad, siendo importante entonces, la aplicación de medidas que contribuyan a ello. El tratamiento de las fotografías es el mismo que se ha indicado para los documentos en papel, previendo la implementación de una base de datos que permita una fácil ubicación de las mismas, siempre con la descripción del momento en que se captó la imagen.

3.3. CONSERVACIÓN Y PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO MUEBLE E INMUEBLE DE LAS ORGANIZACIONES

Los bienes muebles e inmuebles que van adquiriendo las organizaciones, a lo largo de los años, se convierten en un patrimonio con valor simbólico, puesto que evidencian el esfuerzo y la intención en su adquisición. Los pilares fundacionales de las

organizaciones siempre han marcado la historia de la organización. Tanto el espacio físico como el mobiliario tienen su propio pasado, pero también comparten una historia común, de acuerdo con el contexto social, económico y político en el cual se originaron. Son el reflejo de una realidad cargada de anhelos, motivaciones y visión de futuro.

La mayoría de las organizaciones han tenido sedes que forman parte de la historia arquitectónica de una ciudad y un país. Y en el interior de sus instalaciones guardan obras de arte, mobiliario, etc., que son expresión cultural del momento. No en vano, hay legislaciones para el resguardo del patrimonio mueble e inmueble tanto a nivel nacional como internacional⁹², siendo una prueba de ello la función que ejerce la Unesco⁹³ a nivel global. Si bien es cierto, son normas y leyes que nombran directamente a los países con un control gubernamental sobre dichos bienes, la

⁹² Del conjunto de normas que rigen esta realidad tenemos las siguientes: “Carta de Atenas (1931); la Carta de Venecia (1966); las Normas de Quito (1967); la Declaración Jurada de Rodrigo (1971); la Declaración de Bolonia (1974); la Carta de Ámsterdam o Carta Europea del Patrimonio Arquitectónico (1975); (...) la Conferencia General de la UNESCO (1976); la Carta de Machu Picchu (1977); la Carta Internacional de los Poblados Históricos (Eger, Hungría, 1983); y, en 1989, (...) se adopta la recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular y posteriormente en el año 2003, fue aprobada la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial”. (Romero, 2011, 3-4).

⁹³ “Para la UNESCO, cualquier bien cultural puede verse amenazado de su destrucción por acciones tanto públicas como privadas. Así estableció el Convenio para la Protección de los Bienes Culturales en caso de Conflicto Armado, o bien conocido como el Convenio de La Haya en 1954 y su protocolo; la Recomendación referente a la Preservación de Bienes Culturales puestos en peligro por trabajos públicos o privados, en 1968 asumida principalmente luego del rescate de los monumentos de Nubia, amenazados por la subida de las aguas de la presa de Asuán; el Convenio referente a las medidas a tomar para Prohibir e Impedir la Importación, Exportación o Venta Ilícita de Bienes Culturales en 1970; y el Convenio sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de 1972. En 1978, la UNESCO inicia la declaración de Bienes Naturales y Culturales pertenecientes a la humanidad, pretendiendo con ello un reconocimiento internacional en razón de su valor universal excepcional”. (Romero, 2011, 3).

aplicación de medidas para cualquier tipo de organización, también está contemplado, puesto que, sin intención injerencista, reconoce que toda obra arquitectónica, artística y cultural forma parte del patrimonio nacional y muchas veces internacional.

Ahora bien, la organización *per se*, tiene un patrimonio (inmueble y mueble) que debe conservar y preservar por el solo hecho de que forma parte de su historia y, por ende, de su identidad. Por tanto, se deben implementar medidas para que su valor simbólico sea protegido como legado de los fundadores y de todos de los que han formado parte de su desarrollo en el tiempo. Siguiendo a Machorro (2022), la medida más importante para la conservación y preservación del patrimonio inmueble y mueble —en este caso, de las organizaciones— es el mantenimiento tanto preventivo, el que se realiza diariamente con el aseo e inspección de los bienes, como el correctivo, cuando por efectos de deterioro (ambiental, natural, biológico y humano) se altera el buen estado de los bienes. Claro está, una inspección sistemática, realizada de manera periódica, disminuirá el mantenimiento correctivo, puesto que podrá prever efectos a corto, mediano y largo plazo que afecta la estructura, la forma y, por supuesto, la belleza del patrimonio.

Así las cosas, las medidas a implementar pasan por el mantenimiento diario, además de la evaluación periódica de expertos, de la necesidad de llevar un inventario sobre los bienes muebles que forman parte del acervo patrimonial de la organización, lo que permitirá la valoración del bien cultural, entendido como el proceso el que se “(...)

reconoce su uso, manejo y función, su relevancia histórica, estética o social en el contexto en que se encuentra y para el grupo social que es usuario directo o custodio del bien o conjunto cultural”. (INAH⁹⁴, s.a, 23).

Existe una realidad a tono con los avances tecnológicos que hace que muchas organizaciones realicen cambios y adquieran equipos y mobiliarios acordes con la actualización de la tecnología del momento, yendo en detrimento del valor simbólico y del valor y sentido histórico de los bienes sustituidos. Estas acciones, en tanto y en cuanto fragmentan el patrimonio de la organización, desvanecen parte de las raíces identitarias que sostienen a la organización. Quienes no custodian los bienes organizacionales de antaño, no son conscientes que forman parte de la historia organizacional, y, por ende, deben custodiarlos para resguardar el sentido de identidad histórica que recoge el mobiliario.

Es importante resaltar que, no se está en contra de la sustitución de los bienes muebles existentes (equipos, mobiliarios, etc.) por unos más actualizados. Pues, si a equipos se refiere, es obvio que los nuevos ahorran tiempo y dinero en los procesos que ejecuta la organización. Los avances tecnológicos, además de generar más comodidad en los procesos de producción y distribución de bienes y servicios, facilitan el trabajo y reducen la inversión de tiempo, logrando abaratar el costo de

⁹⁴ Instituto Nacional de Antropología e Historia de México. Se hace uso de sus siglas oficiales en el texto.

producción. Esto es comprensible en la dinámica del mercado. Empero, el debate que se ha abierto sobre la custodia del mobiliario fundacional de una organización, es porque forma parte de la memoria histórica y, en consecuencia, no se debe desprender de él.

Una vía para la conservación de los bienes que se sustituyen, además del inventario, es la implementación de un Museo como un espacio que se encargaría de custodiar la colección patrimonial. Para su creación, será necesaria la asesoría de especialistas en museología, historia del arte y arquitectos, profesionales con los cuales la organización puede contar de manera ocasional, siendo además los encargados de dictar las pautas de cómo se deben mantener en buen estado. En resumidas cuentas, un espacio dentro de la planta física de la organización, destinado al resguardo de sus bienes muebles, redundará en garantizar para las siguientes generaciones un elemento de identidad, el cual debe ser protegido porque es reflejo de su historia. Es una muestra más de la innovación e inventiva humana que evidencia el pasado, presente y futuro de la organización en el contexto social, económico y político en el que se ha desarrollado.

3.4.- EL CAPITAL HUMANO: CUSTODIO DEL ACERVO PATRIMONIAL DE LA ORGANIZACIÓN

Toda acción que se promueva en una organización para convertir su historia en proyecto de identidad, debe ser liderada por el capital humano: recurso que deberá gestionar el conocimiento en el área de la conservación y preservación del acervo patrimonial de la organización. Ahora bien, gestionar el conocimiento es:

(...) dar pauta a mantener, como una constante, el aprendizaje (creación, codificación, transmisión, aplicación y reutilización, además de la transmisión de experiencias y nuevos conocimientos entre los miembros de una organización, con el propósito de acrecentar su capacidad innovadora y creativa frente a los acontecimientos presentados en su entorno, permitiendo así el logro de una ventaja competitiva (Chávez, 2012, 103-104).

www.bdigital.ula.ve

Tal como expresa la cita anterior, todas las acciones realizadas con miras a gestionar el conocimiento, deben pasar por la comunicación y transmisión de saberes entre los integrantes de la organización, quienes tienen las potencialidades necesarias para hacer de sus lugares de trabajo organizaciones muchos más fuertes y competitivas en el mercado en el cual se desenvuelven. De ahí la trascendencia del capital intelectual como activo de la organización.

Si el capital humano es el activo más importante de las organizaciones, de acuerdo con Suchar (2015), su gestión requiere de la administración de otros activos, tales como: el almacenamiento, la transferencia, la edición, la categorización, el desarrollo de infraestructuras, la aplicación de nuevas tecnologías de la información, la

educación de los integrantes de la corporación; y, la gestión efectiva del conocimiento. Si el enfoque de Suchar se trasladase al campo de la conservación y preservación patrimonial de la organización, ya se tendrían los elementos para aprovechar las cualidades en favor de la historia y la identidad. Claro está, la educación y el manejo de la tecnología para tal fin son fundamentales, puesto que permitirán crear consciencia y sentido de arraigo hacia la organización y el patrimonio que la conforma. La capacitación constante del personal en una organización crea individuos disciplinados, responsables y respetuosos; atributos que permiten el sentido de identidad y de pertenencia hacia ella.

Pero, también, fortalece la capacidad de conformar equipos de trabajos interdisciplinarios, en pro de la cultura de la organización. Siendo entonces, la oportunidad de aprovechar el capital humano y los recursos tecnológicos con los que cuenta la organización, en aras de la conservación y preservación de su patrimonio documental, arquitectónico, artístico y cultural.

Ahora bien, surge la pregunta siguiente: ¿cómo hacer para que se conozca el acervo patrimonial de la organización? Aprovechando que las organizaciones cuentan con la gestión de comunicación⁹⁵, el departamento de marketing y otras áreas conexas para

⁹⁵ Entendida como “(...) una herramienta de gestión, ya que contribuye al consenso entre el personal en las empresas, es decir, las organizaciones que mantienen sistemas de comunicación abiertos, dan oportunidad al personal para que tome parte de los procesos que están orientados a la creación de los valores de la organización, alimentado así el sentido de pertenencia” (Rivera, 2005, 37).

la difusión del patrimonio de la organización, se pueden escribir folletos y libros en los que se dé a conocer la historia de la organización. Esta divulgación generaría concientización en el personal de la organización y en el público en general, y, además, le daría validez a la conservación de su patrimonio.

Por tanto, resulta de suma importancia que las organizaciones diseñen una estrategia dentro del área del manejo del talento humano, en el cual se forme a todo el personal sobre la historia de la organización y sus componentes (patrimonio documental, arquitectónico, artístico, testimonial) con miras a fomentar y consolidar el sentido de identidad y de pertenencia con la organización.

www.bdigital.ula.ve

No se pretende desviar la atención del personal de sus labores diarias, pero si se espera mecanismos para que cada integrante de la organización desde el personal directivo hasta el personal de mantenimiento, comprendan que forman parte de una historia, y de ellos depende conocerla, preservarla y difundirla como parte de su arraigo.

Las propuestas aquí planteadas pueden resumirse en el cuadro siguiente:

**Cuadro N° 6 Propuesta para hacer de la historia
un proyecto de identidad en las organizaciones**

Propuesta	Acciones	¿Cómo lograrlo?
<i>De la gestión de la documentación a la fuente histórica organizacional.</i>	1.- Diagnóstico de la documentación generada por la organización. 2.- Selección y resguardo de la memoria documental de la organización. 3.- Digitalización documental con el doble sentido: administrativo e histórico. 4.- Creación de Bases de Datos	1.- Formando al capital humano de la organización responsable de la gestión documental con el valor histórico de los documentos más allá de la actividad administrativa. 2.- Contratando personal (temporal) especializado en el área del patrimonio documental, arquitectónico, artístico y cultural que, a través de seminarios, cursos y talleres, permita que todo el capital humano de la organización tenga conocimiento de la importancia de conservar y preservar su patrimonio.
<i>Las fotografías de la organización como documento histórico.</i>	1.- Organización de las fotografías por tema. 2.- Digitalización. 3.- Base de Datos.	
<i>Conservación y preservación del patrimonio mueble e inmueble de las organizaciones.</i>	1.- Mantenimiento preventivo y correctivo. 2.- Inspecciones periódicas. 3.- Inventario. 4.- Creación de un Museo.	3.- Aprovechamiento de las áreas de comunicación y marketing de las organizaciones para divulgar y difundir su historia como proyecto de identidad.
<i>Capital humano: custodio del acervo patrimonial de la organización.</i>	1.- Gestión del conocimiento. 2.- Aprovechamiento de los recursos tecnológicos.	4.- Aprovechamiento de los recursos tecnológicos con los que cuenta la organización para gestionar su patrimonio en función de su permanencia en el tiempo. 5.- Formación del talento humano sobre la historia de la organización.

Fuente: Elaboración propia.

En resumidas cuentas, la organización que implemente políticas para la conservación y preservación de su patrimonio, tiene la oportunidad de conocer su historia, valorarla, divulgarla y, a través de los años, hacerla su proyecto de identidad. Hoy en día, el avance tecnológico marca las pautas del comportamiento de toda organización hacia un futuro lleno de incertidumbre; su historia le indica la forma de mantenerse firme. Su identidad la hace única en ese recorrido.

El fortalecimiento de la historia como proyecto de identidad a través de la propuesta arriba presentada, espera ser un elemento disruptivo, que motive dentro de las organizaciones la conservación y preservación de su memoria, dado que todas tienen un patrimonio documental, material e inmaterial el cual valoran en la medida que aporta información más administrativa que histórica, puesto que no tienen las herramientas que les permita resguardar el pasado que representan.

Desde el mismo momento, que se comprenda desde las organizaciones que la Historia como disciplina puede aportar herramientas prácticas para el logro de una memoria organizacional, a través del tiempo de existencia de las mismas, la Historia revitalizará su uso e importancia tanto en las organizaciones como en la sociedad en las que se desenvuelven. Es un trabajo arduo, pero no imposible; y lo que aquí se propone puede lograr afianzar la identidad de las organizaciones a través de la historia.

CONSIDERACIONES FINALES

En los capítulos que antecedieron se analizó la identidad, la historia y las organizaciones, a fin de ver la complejidad a través de lo epistémico y lo ontológico, teniendo en cuenta que, el enfoque cualitativo en las ciencias sociales, donde se inscribe el estudio de las organizaciones, está en constante desarrollo; siendo, lo hasta aquí examinado, una visión general del problema y objeto de estudio.

Dada la particularidad teórica de la investigación, fue necesario asirse del método histórico, que, al combinarse con el enfoque cualitativo de las ciencias sociales, permitió la creación de un puente epistémico entre la historia y la identidad de las organizaciones, sirviendo de guía a futuras investigaciones empíricas que deseen aplicar la fundamentación aquí planteada.

El término identidad, como acepción y categoría epistémica, evidencia que su uso desde la antigüedad hasta la actualidad, forma parte del ser humano y de las distintas maneras en las que se agrupa, ya sea como sociedad u organización. Ese colectivo crea en sí mismo una nueva identidad con unas particularidades propias, que lo hacen indivisible y diferente a sus pares, no dejando de ser únicos los individuos que lo conforman. De ahí que el abordaje de la identidad haya sido tema de interés de la Filosofía, la Historia, la Sociología y, entrado el siglo XX, las organizaciones.

En el mundo de las organizaciones, el término identidad, aunque su uso y aplicación sea de reciente data (1985), hoy en día ha cobrado importancia y ha sido foco de discusiones para la comprensión de los elementos que hacen a una organización única y diferente de otras que comparten el mismo objeto social. Por ende, se analizaron las diversas posturas que, desde las escuelas de pensamiento administrativo, se han manejado al respecto. Evidentemente, la identidad ha tenido que adaptarse a los cambios del mercado y de la tecnología, siendo importante reconocer que su esencia no desaparece. Durante las crisis o las incertidumbres, la innovación -muchas veces disruptiva- que aplique una organización, también permite el fortalecimiento de la identidad organizacional.

www.bdigital.ula.ve

Es indudable que, los avances científicos y tecnológicos del siglo XXI generaron una crisis paradigmática, pues, los esquemas usados hasta ese momento no estaban en capacidad de enfrentar y explicar los cambios que se estaban originando a escala global. Por ello, surgieron nuevas posturas y formas de comprender el mundo, ya no desde la exclusiva particularidad regional o económica; sino, por el contrario, se aboga por un modelo holístico y complejo que tenga claro que las diferencias son necesarias y deben convertirse en oportunidades, y no en desventajas.

Frente a los cambios tecnológicos de estos últimos años, se ha venido hilvanando una construcción epistémica en torno a la identidad, la historia, la realidad y la rapidez de la información en las organizaciones, a fin de comprender cómo las organizaciones

C.C. Reconocimiento

han tenido que pasar por un proceso de actuación y adaptación para sobrevivir, y qué estrategias organizacionales implementan para poder competir en un mercado cada vez más fuerte e inestable; por cuanto, la tecnología, se quiera o no reconocer, marca el camino. La concepción de tiempo y espacio dejaron de tener la visión de antaño. Cobraron más fuerza los postulados de Bauman y de otros científicos sociales, en el que la Modernidad Líquida llegó para quedarse. Las organizaciones asumieron que su permanencia está en constante crisis porque la incertidumbre requiere de estrategias claras. Quienes se desvíen o simplemente no sigan, desaparecen. El capital humano, la innovación y la disrupción son posibles a través de la gestión de conocimiento en las organizaciones.

www.bdigital.ula.ve

Las organizaciones que se insertan en sociedades con características propias, tales como: la religión, la cultura, el idioma e idiosincrasia, hacen que los cambios paradigmáticos que estén ocurriendo trastocan la visión que se tenía sobre dichas sociedades. Bajo ese panorama, la Historia, ya no vista sólo como disciplina de las ciencias humanas, sino como ciencia social, a mediados del siglo XX sufrió una transformación epistémica y ontológica que fortaleció su metodología, haciéndola capaz de abordar temas y/o acontecimientos cotidianos del común de los individuos, las sociedades y, por supuesto, de las organizaciones.

Así, surge la historia de las mentalidades bajo la concepción de la Nueva Historia. Su enfoque es que todos los individuos forman parte de la historia, son producto de una historia; vale decir, nada es ajeno a la historia. En consecuencia, la realidad, las circunstancias y los procesos humanos, como objeto de estudio, ampliaron su interés analítico con el fin de comprender al individuo a través del tiempo, sin desvirtuar el peso que tiene la historicidad de cada acontecer. Por consiguiente, los temas que la historia clásica u oficial había desdeñado en el pasado, empezaron a ser atendidos bajo prismas científicos. Esto, evidentemente, permitió que la historia, como bisagra que fomenta la identidad individual y colectiva, haya trasladado sus constructos al mundo organizacional a fin de crear sentido de pertenencia en cada uno de los individuos que forman parte y hacen vida en ella.

También, a través de la historia oral, se pueden recoger testimonios del fundador y del capital humano para reconstruir el desarrollo de la organización, sus vicisitudes, sus logros, sus triunfos y sus caídas. Esta información es valiosa porque consolida y rescata la historia de la organización y afianza su identidad, creando sentido de pertenencia y empatía, cualidades que con los años se transmiten de generación en generación.

En tal sentido, la historia como proyecto de identidad en el mundo de las organizaciones, es una ruta necesaria para consolidar a la organización ante su propio personal y el público. Para que una organización sea fuerte en el imaginario colectivo

debe conocer muy bien sus orígenes, para no distorsionar su imagen ni desvirtuar su propia identidad. En ese proceso, la historia de la organización y la historia organizacional se cruzan y retroalimentan, puesto que en la dinámica cotidiana se va generando una documentación que es fuente para conocer el desarrollo administrativo e histórico de la organización, teniendo sus orígenes epistémicos en la historia empresarial, que luego permitiría una construcción más acorde con la vida de la organización y su papel en la sociedad en la cual se desenvuelve.

De este modo, una organización con una identidad sólida se crece ante las adversidades; supera obstáculos y busca la manera de innovar y de crear nuevas oportunidades. Esto solo es posible cuando la historia de la organización se convierte en su proyecto de Identidad. De lo contrario, quienes olviden sus raíces, pierden el norte y deambularán por un futuro incierto. Quienes se sujetan a su historia y a su identidad tendrán claro su camino. Las organizaciones, entonces, sabrán perpetuarse en el tiempo si custodian su memoria histórica.

En este orden de ideas, se propusieron varias estrategias que permiten validar lo importante que es para las organizaciones comprender que su futuro está anclado a su historia como proyecto de identidad. De este modo, la gestión documental con sentido administrativo e histórico, las digitalizaciones conscientes y la implementación de *big datas* permitirán que los documentos sean fuente para la historia de la organización e historia organizacional. Igualmente, la conservación y

preservación de las fotografías como expresión de una época en la vida de la organización, la conservación y preservación del patrimonio arquitectónico, artístico y cultural, develan la evolución de la organización en el tiempo. El aprovechamiento del capital humano y de los avances tecnológicos con los que cuenta la organización para la custodia de su acervo patrimonial, va en beneficio de la historia organizacional y, por ende, de la identidad de cada uno de los que hacen vida en la organización, pero, también, de la organización en sí misma.

Por tanto, la historia le da sentido a la noción de pertenencia histórica a cada organización; le da sentido de cohesión social a través del tiempo; le instrumenta una narrativa acerca de sus rasgos identitarios anclados a un contexto, que perviven desde antaño en la actualidad. Finalmente, la historia evita que una organización sea amnésica; siendo que la amnesia es una de las patologías que borra la memoria organizacional. Una organización que no conozca su historia ni comprenda cómo surgió, evolucionó y se ha mantenido en el tiempo está destinada a un colapso, pues, al no conocer sus raíces no tiene cimientos teóricos que defender. Por el contrario, la organización que conozca sobre su historia cada día estará orgullosa de sus raíces que le dan distinción a su identidad.

Es oportuno destacar que los aportes de esta tesis doctoral, precedentemente señalados en cada capítulo de esta investigación, construyen un camino epistemológico a seguir en aras de contribuir con los estudios de las organizaciones a

través de la historia como proyecto de identidad. Por cuanto, una organización necesita de la historia para consolidar su pertenencia a través del tiempo y con mirada prospectiva anclado a su pasado.

Finalmente, toda investigación tiene sus propias limitaciones desde el acceso a las fuentes que muchas de ellas no son libres (para el caso de las Web); y de las restricciones propias del contexto en el que se estaba inmerso a raíz de la Pandemia del Covid 19, lo que retardó el proceso de revisión y consulta bibliográfica y hemerográfica de las Bibliotecas de la Universidad de Los Andes. Entre otros escollos típicos de la situación país. Sin embargo, como reza el adagio: “*El que persevera, vence*”. Una vez superadas las dificultades, se da por concluido este trabajo, que se espera sea del agrado de los lectores.

FUENTES CONSULTADAS

1.- BIBLIOGRÁFICAS:

ABOAASI, Emad y AVENDAÑO, Elizabeth (2021). “Los estudios organizacionales a la luz de los *No Lugares* espacios del anonimato de Marc Augé”. En: Ramos-Barrera, M. G., Quintero-Peña, J.W. & Rivas-Torres, F. E. (2021). *Estudios Organizacionales I, elementos disruptivos de los modelos clásicos de la administración*. Bogotá: Catálogo Editorial Politécnico Grancolombiano, pp. 65-88.

ABOAASI, Emad (2021). “Estudios organizacionales e historia: confluencia epistémica”. En: Ramos-Barrera, M. G., Quintero-Peña, J.W. & Rivas-Torres, F. E. (2021). *Estudios Organizacionales I, elementos disruptivos de los modelos clásicos de la administración*. Bogotá: Catálogo Editorial Politécnico Grancolombiano, pp. 169- 184.

ALÍA M., Francisco (2008). *Técnicas de investigación para historiadores: Las Fuentes de la Historia*. Madrid: Editorial Síntesis.

ALZURU, Pedro (2008). “Nuevas identidades y ocaso del deseo”. En: SEGOVIA, Yaneth y MANSUTTI, Alexander (2008). *Uno y diverso: diálogos desde la diferencia*. Mérida (Venezuela): Publicaciones Vicerrectorado Académico, pp. 291-303.

AUGÉ, Marc (2001). *Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona (España): Gedisa Editorial.

AVENDAÑO, Elizabeth (2021). “La nueva historia y los estudios organizacionales: un diálogo necesario”. En: Ramos-Barrera, M. G., Quintero-Peña, J.W. & Rivas-Torres, F. E. (2021). *Estudios Organizacionales I, elementos disruptivos de los modelos clásicos de la administración*. Bogotá: Catálogo Editorial Politécnico Grancolombiano, pp. 185-200.

BAGÚ, Sergio (1970). *Tiempo, realidad social y conocimiento*. México: Siglo XXI Editores.

BAUMAN, Zygmunt (2003). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN, Zygmunt (2005). *Identidad*. Buenos Aires: Losada.

BETANCOURT E., Darío (1995). *Enseñanza de la historia en tres niveles*. Santa Fe de Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio (Magisterio, 11).

BILBENY, Norbert (1998). *Sócrates: el saber cómo ética*. Barcelona (España): Ediciones Península.

BLOCH, Marc (1982). *Introducción a la historia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica (Breviarios, 64).

BRAUDEL, Fernand (1974). *La Historia y las Ciencias Sociales*. Madrid: Alianza Editorial.

BROM, Juan (1982). *Para comprender la Historia*. México: Editorial Nuestro Tiempo (La Cultura al Pueblo).

BUENO C., Eduardo. (2002). “Enfoques principales y tendencias en dirección del conocimiento”. En: HERNÁNDEZ, R. (Ed.): *Gestión del conocimiento: desarrollos teóricos y aplicaciones*. Cáceres: Fundación Xavier de Salas.

BURKE, Peter (1996). *Formas de hacer historia*. Madrid. Alianza Editorial.

BURKE, Peter (2005). *Visto y no visto: El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona (España): Biblioteca de Bolsillo.

BURRELL, Gibson y MORGAN, Gareth (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis elements of the sociology of corporate life*. New York: Heinemann Educational Books.

BUTLER, Judith (2004). *Lenguaje, poder e identidad*. Madrid: Editorial Síntesis.

BUTLER, Judith (2007). *El género en disputa, el feminismo y la subversión de la identidad*. Madrid: Ediciones Paidós (Cultura Libre, 168).

CARRERA D., Germán (1980). *Metodología y estudio de la historia*. Caracas: Monte Ávila Editores (Colección Estudios).

CORCUERA DE M., Sonia (1997). *Voces y silencios en la Historia. Siglos XIX y XX*. México: Fondo de Cultura Económica.

COSTA, Joan (1991). *Identidad corporativa y estrategia de empresa*. Barcelona (España): Editorial CEAC.

CRUZ M., José Ramón (1994). *Manual de archivística*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Pirámide.

CHAUNU, Pierre (1985). *Historia Ciencia Social: La duración, el espacio y el hombre en la época moderna*. Madrid: Ediciones Encuentro.

CHIAVENATO, Idalberto (2009). *Gestión del talento humano*. México: Mac Graw Hill (Tercera Edición).

DE LA GARZA TOLEDO, E. (2006). *¿Hacia dónde va la Teoría Social?* México: Editorial Anthropos.

DENNET, Daniel (1995). *La conciencia explicada. Teoría interdisciplinar*. Barcelona (España): Ediciones Paidós.

DESCARTES, René (2011). *Obras completas* (Estudio introductorio de Cirilo Florez Miguel). Madrid: Editorial Gredos.

ELÍAS, Norbert (1984) *Sobre el tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.

FLICK, Uwe (2004) *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

FINCOWSKY, Enrique (2009) *Organización de empresas*. México: McGRAW-HILL / Interamericana Editores (Tercera Edición).

GIDDENS, Anthony (1979). *Central problems in social theory*. Berkeley: University of California Press.

GULDI, Jo y ARMITAGE, David (2016). *Manifiesto por la historia*. Madrid: Alianza Editorial (El Libro de Bolsillo).

HARTMAN, Nicolai (1986). *Ontología II. Posibilidad y efectividad*. México: Fondo de Cultura Económica (Sección de Obras de Filosofía).

HEIDEGGER, Martín (1990). *Identidad y diferencia*. Barcelona (España): Anthropos (Autores, Textos y Temas/Filosofía, 16).

HEIDEGGER, Martin (2003). *Ser y tiempo*. Madrid: Trotta (Traducción de Jorge Eduardo Rivera).

HOFSTADTER, Douglas (2013). *Yo soy un extraño bucle*. México: Tusquets Editores.

HUSSERL, Edmund (1959). *Fenomenología de la conciencia del tiempo inmanente*. Buenos Aires: Nova.

HUSSERL, Edmund (1982). *La idea de la fenomenología*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

IND, Nicholas (1992). *La imagen corporativa. Estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

JABLONKA, Iván (2016). *La historia es una literatura contemporánea: manifiesto por las ciencias sociales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

KOSIK, Karel (1976). *Dialéctica de lo concreto (Estudio sobre los problemas del hombre y el mundo)*. México: Editorial Grijalbo.

LAPRACA, Dominick (2006). *Historia en tránsito: experiencia, identidad, teoría crítica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica (Historia – Enseñanza, 1).

LOCKE, John (1985). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Barcelona (España): Ediciones Orbis (Selección, traducción, prólogo y notas de Luis Rodríguez Aranda).

MCLUHAN, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona (España): Ediciones Paidós (Cultura Libre).

MIRANDA, Francisco A. (2000). *Técnicas de investigación para historiadores: las fuentes de la Historia*. Madrid: Editorial Síntesis.

MONTAÑO H., Luis. (Coordinador General) (2004). *Los estudios organizacionales: cambio, poder, conocimiento e identidad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa. Universidad de Occidente.

MORENO F. Manuel (1983). *La historia como arma y otros estudios sobre esclavos, ingenios y plantaciones*. Barcelona (España): Editorial Crítica (Biblioteca de Bolsillo).

MORGAN, G. (1990). *Imágenes de la organización*. Madrid: Ra-Ma Editorial.

MORIN, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona (España): Gedisa Editorial.

MORIN, E. (2001). *El método I. La naturaleza de la naturaleza*. Madrid. Cátedra.

MORÍN, E. (2005). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona (España): Gedisa Editorial.

NAVIA A., Mauricio (2008). “Identidad: ser y pensar”. En: SEGOVIA, Yaneth y MANSUTTI, Alexander (2008). *Uno y diverso: Diálogos desde la diferencia*. Mérida (Venezuela): Universidad de Los Andes. Publicaciones Vicerrectorado Académico, pp. 25-35.

NEGROPONTE, Nicholas (1995). *El mundo digital*. Barcelona (España): Ediciones B.

NORA, Pierre (2008). *Los lugares de la memoria*. Montevideo (Uruguay): Ediciones Trilce (Traducción del francés por Laura Masello).

ORTIZ O., A. (2016). *Niklas Luhmann: nueva teoría general de sistemas*. Bogotá: Distribooks Editores.

PIZZA, Antonio (2000). *La construcción del pasado: reflexiones sobre historia, arte y arquitectura*. Madrid: Celeste Ediciones (Intersecciones, Arte y Arquitectura).

PRINS, Gwyn (1996). “La historia oral”. En: BURKE, Peter (1996). *Formas de hacer historia*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 144-176.

RICOEUR, Paul (1995). *Historia y verdad*. París: Encuentro Ediciones.

ROBBINS, Stephen P. y COULTER, Mary (2018). *Administración*. México: Pearson Educación de México (Decimotercera Edición).

SANDOVAL C., Carlos A. (1996). *Investigación cualitativa*. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES.

SHARPE, Jim (1996). "Historia desde abajo". En: BURKE, Peter (1996). *Formas de hacer historia*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 38-58.

SLAVOJ, Zizek (2003). *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina. (Filosofía).

SOLÓRZANO, Katty (2000). "Tiempo social: su aplicación al estudio histórico". En: RODRÍGUEZ, José Ángel (Compilador). *Visiones del oficio. Historiadores venezolanos en el siglo XXI*. Caracas: Academia Nacional de la Historia, pp. 23-34.

TAYLOR, Charles (1996). *Fuentes del yo. La construcción de la identidad moderna*. Barcelona (España): Ediciones Paidós.

TOFFLER, Alvin (1973). *El shock del futuro*. Barcelona (España): Plaza & Janes, S. A. Editores

TOURAINE. Alain (2000). *Crítica a la Modernidad*. México: Fondo de Cultura Económica (Sección de Obras de Sociología).

UGUINA, Jesús M. (2003). "El futuro de los ordenamientos: labores en la era de la globalización". En: SANGUINETI, Wilfredo y GARCÍA L., Agustín (Coordinadores). *Globalización económica y relaciones laborales*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 95-116.

WALSH W. H. (1976). *Introducción a la filosofía de la historia*. México: Siglo XXI Editores (Teoría y Crítica).

2.- DE REFERENCIA:

GOY, Joseph (1988). “Oral (Historia)”. En: LE GOFF, Jacques, CHARTIER, Roger y REVEL, Jacques (Directores) (1988). *Diccionarios del saber moderno: la nueva historia*. Bilbao (España): Mensajero, pp. 510-512.

LE GOFF, Jacques (1988). “La nueva historia”. En: LE GOFF, Jacques, CHARTIER, Roger y REVEL, Jacques (Directores) (1988). *Diccionarios del saber moderno: la nueva historia*. Bilbao (España): Mensajero, pp. 263-298.

POMIAN, Krzysztof (1988). “Temporalidad histórica/tiempo”. En: Le Goff, Jacques, Chartier, Roger y Revel, Jacques (Directores) (1988). *Diccionarios del saber moderno: la nueva historia*. Bilbao (España): Mensajero, pp. 591-592.

VARELA M., Luz C. (2008). “Una mirada historiográfica sobre un texto de historia para la educación media en Venezuela: El manual de Arias Amaro”. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*. Mérida (Venezuela): enero – diciembre. N° 13, pp. 217 -243.

2.1.- EN LÍNEA:

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001). En: <http://lema.rae.es/drae2001/> (Consultado el 28/12/2018).

“Patrimonio Documental”. *Diccionario de Panhispánico del español jurídico*. En: <https://dpej.rae.es/lema/patrimonio-documental>. (Consultado el 23/08/2023).

¿Qué es el Covid 19?. En: <https://www.who.int/es>. (Consultado el 22/12/2022).

3.- ELECTRÓNICAS

ABOAASI, Emad (2021). “Autogestión del conocimiento virtual en las organizaciones inteligentes del siglo XXI”. *Humania del Sur*. Revista de Estudios Latinoamericanos, Africanos y Asiáticos. Universidad de Los Andes. Mérida (Venezuela): julio-diciembre. Año 16, N° 31, pp. 251-266. En: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/humaniadelsur/article/view/17704> (Consultado el 22/11/2023).

ALONSO M., José A. (2019). La gestión documental en las organizaciones. Barcelona (España): Oberta UOC Publisching. En: https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147130/5/GestionDocumental_Modulo1_LaGestionDocumentalEnLasOrganizaciones.pdf (Consultado el 22/08/2023).

ALUNNI, Laura y LLAMBÍAS, Nicolás (2018). “Explorando la transformación digital desde adentro”. *Palermo Business Review*. Palermo (Argentina): Fundación Universidad de Palermo, julio. N° 17, pp. 11-30. En: https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr17/PBR_17_01.pdf (Consultado el 5/10/2021).

ÁNGEL P., Darío A. (2011). “La hermenéutica y los métodos de la investigación en ciencias sociales”. *Estud.filos.* Antioquia (Colombia): Universidad de Antioquia, diciembre, N° 44, pp. 9-37. En: <http://www.scielo.org.co/pdf/ef/n44/n44a02.pdf> (Consultado el 12/06/2023).

ARCINIEGA, Rosa S. (2011). “Hacia la caracterización de culturas organizacionales”. *Debates en Sociología*. México: N° 36, pp. 5-25. En:

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/2166>

(Consultado el 25/07/2018).

ARENAS M. Enrique F. (2019). “La identidad agustiniana desde el Ser humano”. *Reflexiones del Rector*. N° 2. En: <https://www.uniagustiniana.edu.co/sites/default/files/2019-09/reflexiones-rector-2.pdf>. (Consultado el 25/07/2018).

AVENDAÑO C., Elizabeth (2018). “La identidad organizacional: hacia un estado del arte”. *Anuario GRHIAL*. Mérida (Venezuela): enero-diciembre. N° 12, pp. 85-96. Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/anuariogrhial> (Consultado el 25/07/2019).

AVENDAÑO C., Elizabeth (2019). “Identidad organizativa y virtualización laboral: un acercamiento al tema”. *Sapientia Organizacional*. Mérida (Venezuela): julio – diciembre. Vol. 6, N° 12, pp. 8-20. <http://revistas.saber.ula.ve/index.php/sapientia/issue/view/1380/showToc>. (Consultado el 15/06/2020).

ABOAASI, Emad (2021). “Autogestión del conocimiento virtual en las organizaciones inteligentes del siglo XXI”. *Humania del Sur*. Revista de Estudios Latinoamericanos, Africanos y Asiáticos. Universidad de Los Andes. Mérida (Venezuela): julio –diciembre. Año 16, N° 31, pp. 251-266.

BARBA A., Antonio (2013). “Conferencia: Administración, teoría de la organización y estudios organizacionales. Tres campos, tres identidades”. *Gestión y Estrategia*, julio-diciembre. N° 44, pp. 139-151. En: <https://core.ac.uk/download/pdf/48394906.pdf> (Consultado el 15/07/2020).

BARRIOS P., Rosa E. (2018). “Cultura y valores organizacionales emergentes en la gerencia transcompleja”. *Revista Cientifi*. Vol. 3, N° 9, pp. 214-232. En: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.9.11.214-232> (Consultado el 29/11/2021).

BERMÚDEZ C., Jairo A. (2014). “Identidad corporativa. Historia, teoría y un antecedente creado en Colombia durante el siglo XIX”. *Arte & Diseño*. Enero – junio. Vol. 12, N° 1, pp. 23-32. En: <https://www.redalyc.org/journal/5530/553066097003/html/> (Consultado el 15/07/2018).

BETANCOURT Z., Gilberto (2003). “De la historia empresarial a la historia organizacional”. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. Bogotá: julio-diciembre. N° 22, pp. 199-210. En: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v13n22/v13n22a17.pdf> (Consultado el 15/02/2021).

BONÍN C., Edith V., y DE LA LLANA P. Evelyn (2016). “Aproximación al origen y evolución histórica del pensamiento administrativo”. *Revista de Investigación, Formación y Desarrollo*. Septiembre – diciembre. Vol. 4 N°1, pp. 87-97. En: <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rif/issue/view/4> (Consultado el 16/08/2023).

BURTELO C., Carlota (2011). *Serie ISO 30300: Sistema de Gestión para Documentos*. Madrid: Asociación Española de Documentación e Información. En: <https://www.sedic.es/wp-content/uploads/2019/06/serie-iso-30300.pdf> (Consultado el 22/08/2023).

CABEZAS B., Domingo (2016). *El laberinto de la identidad personal en la filosofía de David Hume*. Barcelona (España): Universidad de Barcelona. Escuela de Filosofía. (Tesis Doctoral). En:

https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/104247/1/DCB_TESIS.pdf (Consultado el 25/07/2022).

CALDEVILLA D., David (2009). “La importancia de la identidad visual corporativa”. *Revista de Comunicación Vivat Academia*. Marzo, Año XII, N° 103, pp. 1-26. En: <http://dx.doi.org/10.15178/va.2009.103.1-26>. (Consultado el 15/07/2018).

CAPRIOTTI P., Paul (2009). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago de Chile: EBS Consulting Group. (Colección Libros de la Empresa). En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5466032> (Consultado el 15/04/2021).

CASTELLS, Manuel (1999). *Internet y la Sociedad Red*. En: http://red.pucp.edu.pe/wpcontent/uploads/biblioteca/Castells_internet.pdf (Consultado el 10/10/2019).

CEBALLOS H., Alberto y CEBALLOS H., David (s/a). *Control del tiempo: la organización social del tiempo*. En: www.ub.edu/iafi/Membres/DCeballos/Control%20del%20TIEMPO.pdf. (Consultado el 01/03/2019).

CONTRERAS A., Cecilio y HERNÁNDEZ R., Ezequiel (2011). “Antecedentes teóricos y niveles de análisis de la identidad organizacional”. *Revista Electrónica Nova Scientia*. Bajío (México): Vol. 3, N° 6. (2), pp. 158-179. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203318388009> (Consultado el 12/12/2018).

CORLEY, Kevin G., GIOIA, Dennis A. y FABBRI, Tommaso (2000). *Organizational identity & learning: uncovering subtle aspects of organizational*

learning.

En:

https://www.researchgate.net/publication/253272484_ORGANIZATIONAL_IDENTITY_LEARNING_UNCOVERING_SUBTLE_ASPECTS_OF_ORGANIZATIONAL_LEARNING (Consultado el 12/08/2023).

CRUZ S., Oscar M. (2017). *Innovación disruptiva: aportes conceptuales para organizaciones en Latinoamérica*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas. En: <http://bdigital.unal.edu.co/59229/1/80157246.2017.pdf>. (Consultado el 22/06/2019).

CURRÁS P., Rafael (2010). “Identidad e imagen corporativas: Revisión conceptual”. *Teoría y Praxis*. México: Universidad de Quintana Roo, N° 7, pp. 9-34. En: <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145285002.pdf> (Consultado el 28/11/2021).

CHARTIER, Roger (2007). “El pasado en el presente. Literatura, memoria e historia”. *Co-herencia*. Medellín: Universidad EAFIT, julio-diciembre. Vol. 4, N° 7, pp. 1-23. En: <https://www.redalyc.org/pdf/774/77413255006.pdf> (Consultado el 15/09/2023).

CHÁVEZ H., N. y TORRES S., G. (2012). “La organización inteligente en un ambiente de aprendizaje: una exploración de sus aspectos generales”. *Ad- Minister*. Medellín (Colombia): julio – diciembre, N° 12, pp. 101-115. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322327351007> (Consultado 23/12/2019).

CHURNSIDE H., Roger (2008). “Modelando tiempo y espacio de organizaciones: cooptación económica de ideas sociales de A. Giddens”. *Ciencias Económicas* 26. N° 2, pp. 379-403. En: <https://doi.org/10.15517/rce.v26i2.7150> (Consultado el 13/05/2022).

CHUL HAN, Byung (2013). *El Enjambre*. (s.l.): Turolero (Edición Digital). En: <https://herdereditorial.com/> (Consultado el 12/12/2022).

CHUL HAN, Byung (2020). “La emergencia viral y el mundo de mañana”. En: AGAMBEN, Giorgio (2020). *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia*. (s.l.): ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio), pp. 97-111. En: <https://www.elextremosur.com/nota/23685-sopa-de-wuhan-el-libro-completo-y-gratis-para-leer-sobre-el-coronavirus/> (Consultado el 22/10/2022).

DAROS, W.R. (2005). “El problema de la identidad: sugerencias desde la Filosofía clásica”. *Invenio*. Junio, N° 14, pp. 31-44. En: <https://williamdaros.files.wordpress.com/2009/08/el-problema-de-la-identidad-en-la-filosofia-clasica.pdf> (Consultado el 07/04/2022).

DUBET, Francois (1987). “De la sociología de la identidad a la sociología del sujeto”, *Estudios Sociológicos*. Vol. 7, N° 21, pp. 519- 545. En: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/admin,+07-021-1989-05191_000184373.pdf (Consultado el 22/04/2022)

DUEÑAS, Manuel A. y SAN FRANCISCO, Matilde Eiroa (2020) “Editorial: Políticas de memoria, memorias de resistencia. La historia en la era de la posverdad”. *Historia y Memoria*. Tunja (Colombia): julio – diciembre, N° 21, pp. 1-17. En: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/551308> (Consultado el 23/11/2022).

ECHAVARRÍA, Martín Federico (2022). *Memoria e identidad según Santo Tomás de Aquino*. En: <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/12653/1/memoria-identidad-santo-tomas.pdf> (Consultado el 22/10/2022).

FERNÁNDEZ, Tomás y TAMARO, Elena (2004). “Biografía de Norbert Wiener”. *Biografías y Vida en Línea (Internet)*. Barcelona (España): En: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/w/wiener.htm> (Consultado el 23/08/2023).

FRAILE, Pedro (1993). “La historia económica de la empresa como disciplina independiente: una perspectiva histórica”. *Invierno*. N° 1, pp. 181-192. En: <https://core.ac.uk/download/pdf/29398883.pdf> (Consultado el 28/08/2023)

FRISCHKNECHT, Federico (1971). *Teoría de la organización*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas (Tesis Doctoral). En: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1005_FrischknechtF.pdf (Consultado el 22/05/2023).

GARDELLA, Mariana (2014). “La metafísica megárica: unidad, identidad y monismo predicativo”. *Diánoia*. Noviembre. Vol. LIX, N° 73, pp. 3–26. En: <https://www.scielo.org.mx/pdf/dianoia/v59n73/v59n73a1.pdf>. (Consultado el 18/06/2023).

GINER F., Alejandro (2018). *El modelo de innovación disruptiva: estudio de caso de Netflix*. Valencia (España): Universidad Politécnica de Valencia. Administración y Dirección de Empresas (Tesis de Grado). En: <https://riunet.upv.es/handle/10251/110652> (Consultado el 22/06/2019).

GONZÁLEZ M., Carlos Jesús (2015). “La adaptabilidad organizacional desde del enfoque de la Teoría de la Contingencia y la Escuela de la Conjunción”. *Revista Global de Negocios*. Vol. 3, N° 4, pp. 69-81. En: <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v3n4-2015/RGN-V3N4-2015-6.pdf> (Consultado el 10/09/2021).

GONZÁLEZ M., Diego (2014). *Construcción de identidad organizacional de los mandos medios como espacio liminal. Un estudio de caso*. Universidad EAFIT (Tesis Doctoral). En: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/5093/DiegoReneGonzalesMiranda_2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y (Consultado del 24/04/2023).

GONZÁLEZ, Vicente y ALMARZA F., Yamely (2019). *Metodología y procedimientos para la digitalización de documentos*. México: Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI). Universidad de La Salle (Cuaderno, 10). En: <https://inai.janium.net/janium/Documentos/3486.pdf> (Consultado el 02/09/2023).

GUTIÉRREZ V., Juan C. (2011). *La identidad corporativa*. En: <http://www.perucam.com/presen/pdf/21.%20Identidad%20corpoativa.pdf> (Consultado el 15/07/2018).

GUTIÉRREZ R., Viviana A., AGUILAR Z., José J. y MEDINA V., Javier E. (2019). “Cambio organizacional, institucional y tecnológico: una aproximación desde la teoría actor-red y el trabajo institucional. *Cuaderno de Administración*. Julio-diciembre, Vol. 32, N° 59, pp. 1-27. En: https://www.researchgate.net/journal/Cuadernos-de-Administracion-1900-7205?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19 (Consultado el 12/09/2023).

HATCH, Mary J., y SCHULTZ, Majken (1997). “Relations between organizational culture, identity and image”. *European Journal of Marketing*, N°31, pp. 356-365. En: https://www.academia.edu/4669455/Relations_between_organizational_culture_identity_and_image (Consultado el 17/09/2023).

HATCH, Mary J., y SCHULTZ, Majken (2005). “The dynamics of organization identity”. *Comunicação e Sociedade*. Vol. 8, pp. 115-139. En: <https://www.researchgate.net/publication/247717474> (Consultado el 17/09/2023).

HERNÁNDEZ O., María J. (Coordinadora) (2014). *Administración de empresas*. Madrid: Ediciones Pirámides. (Colección Economía y Empresa). En: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1244/1/Hern%C3%A1ndez-administraci%C3%B3n%20de%20empresas%20da%20edici%C3%B3n.pdf> (Consultado el 30/08/2023).

HINOJOSA, Josep y SUNE, Albert (2017). *Estado del arte sobre la investigación en identidad organizacional*. Catalunya: Universitat Politècnica de Catalunya. En: https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/110640/2017_10%20DIT%20Identidad%20Organizacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Consultado el 13/06/2018).

HUME, David (2001). *Tratado de la naturaleza humana. Ensayo para introducir el método del razonamiento experimental en los asuntos morales*. En: https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/tratado-de-la-naturaleza-humana-ensayo-para-introducir-el-metodo-del-razonamiento-experimental-en-los-asuntos-morales--0/html/fefe12d0-82b1-11df-acc7-002185ce6064_10.html#I_5. (Consultado el 20/01/2023).

INFANTE, J. M. (2007). “Anthony Giddens. Una interpretación de la globalización” *Trayectorias*. Nuevo León (México): Universidad Autónoma de Nuevo León Monterrey, enero-abril, Vol. IX, N°. 23, pp. 55-66, En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60715117007>. (Consultado el 20/01/2020).

INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA. *Guía para elaborar proyectos de conservación de bienes muebles y de los asociados a inmuebles del patrimonio arqueológico e histórico*. En:

<https://www.tramites.inah.gob.mx/GU%C3%8DA%20PARA%20ELABORAR%20PROYECTOS%20DE%20CONSERVACION%20DE%20BIENES%20MUEBLES%20Y%20DE%20LOS%20ASOCIADOS%20A%20INMUEBLES%2010-2023.pdf> (Consultado el 13/11/2023).

JAIMES R., Doris C. (2016). “Sentidos y enfoques de la identidad en organizaciones educativas”. *Academicus. Revista de Ciencias de la Educación*. Oaxaca: enero-junio, Vol. 1, N° 8, pp. 66-72. En: http://www.ice.uabjo.mx/media/15/2017/05/Art8_8.pdf (Consultado el 13/06/2018).

JIMÉNEZ Ch., Elizabeth y COMET W., Cornelio (2016). “Los estudios de casos como enfoque metodológico”. *Academo. Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*. Diciembre. Vol. 3, N° 2, pp. 1-11. En: <https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo> (Consultado el 13/06/2021).

KRANZBERG, Melvin (1986). “Technology and History: Kranzberg’s Laws”. *Technology and Culture*. The Johns Hopkins University Press, julio, Vol. 27, N° 3, pp. 544-560. En: https://www.jstor.org/stable/3105385?read-now=1&seq=2#page_scan_tab_contents (Consultado el 10/11/2022).

“La Identificación Agustiniana de Verdad y existencia: Una defensa Filosófica Lorenzo Peña” (1989). *La Ciudad de Dios CCII*. Enero-abril, pp. 149. En: <https://digital.csic.es/bitstream/10261/10053/1/verdadex.pdf> (Consultado el 22/11/2020).

LABARCA, Nelson. (2008). “Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial”. *Opción*. Maracaibo: Vol. 24, N° 55, pp. 47-68. En:

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000100004&lng=es&tlng=es. (Consultado 19/11/2022).

LAHOUD, Daniel (2016). “¿Qué es el historicismo?” *Cuadernos UCAB*. Caracas. Universidad Católica Andrés Bello, N° 14, pp. 86- 100. En: <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/article> (Consultado el 28/08/2023).

LEÓN, Malena (2017). “Naturalismo e identidad personal: La propuesta del “yo” narrativo de Dennett”. *Síntesis*. Año 8, 17–33. En: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/sintesis/article/view/35121> (Consultado el 18/06/2023).

LIVACIC R., Carlos (2009). “Evolución de las organizaciones: un mundo en cambio”. *Revista de Estudios Politécnicos*. Vol. VII, N° 12, pp. 177-191. En: <https://silo.tips/download/evolucion-de-las-organizaciones-un-mundo-en-cambio> (Consultado el 12/07/2020).

LONGO S., Mónica (2010). *La identidad organizativa en la teoría de la organización: una aplicación en nuevas empresas de base tecnológica*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. (Tesis Doctoral). En: <https://repositorio.uam.es/bistream/handle/10486/4327/29164> (Consultado el 12/07/2018).

LÓPEZ G., J. (2003). *Comentarios a la "Quinta Disciplina" de Peter Senge*. En: <http://www.uas.mx/uasx.htm> (Consultado el 12/07/2018).

MACHORRO E., Karla J. (2022). *Manual para la preservación y conservación de bienes inmuebles y muebles*. México: Colegio de Arquitectos del Estado de México

A.C. En: <https://fcarm.org.mx/wp-content/uploads/2022/12/Manual-para-la-Preservacion-y-Conservacion.pdf> (Consultado el 12/11/2023)

MADERO G., Sergio M. y RODRÍGUEZ D., Daniela R. (2018). “Relación entre las teorías X y Y de McGregor, las formas de retribuir y la satisfacción de las personas en su trabajo”. *CienciaUAT*. Ciudad Victoria: julio- diciembre, Vol. 13, N° 1, pp. 95-107. En: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582018000200095 (Consultado el 24/08/2023).

MALDONADO, Román, (et al) (2007). “La configuración del espacio-tiempo social y las redes de acción colectiva en Internet”. *Revista Virtual Universidad del Norte*. Medellín (Colombia): septiembre-diciembre. N° 22, pp. 1-23. En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194220377009> (Consultado el 12-02-2019).

MARKUS, Gabriel (2020). El virus, el sistema letal y algunas pistas. En: AGAMBEN, Giorgio (2020). *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia*. (s.l.): ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio), pp. 129-134. En: <https://www.elextremosur.com/nota/23685-sopa-de-wuhan-el-libro-completo-y-gratis-para-leer-sobre-el-coronavirus/> (Consultado el 22/10/2022).

MARTÍN A., Gabriel (2009). “Sustancia individual de naturaleza racional: el principio personificador y la índole del alma separada”. *Filosofía, Conocimiento y Vida*. Enero-junio, Año 1, pp. 113-129. En: <https://revistas.uma.es/index.php/myp/article/view/2849/2648>. (Consultado el 22/10/2022).

MELIÁN, Verónica. (2017) *La cultura organizacional y su impacto en el rendimiento de los equipos de trabajo: el papel mediador del clima y la reflexividad*. Valencia (España): Universidad de Valencia. Facultad de Psicología. (Tesis

Doctoral): En: <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/61014/TESIS%20DEFINITIVA.PDF?sequence=1&isAllowed=y> (Consultado el 28/11/2021).

MONJE A., Carlos A. (2011) *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Guía didáctica*. Neiva (Colombia): Universidad Surcolombiana. Facultad de Ciencias Sociales. En: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf> (Consultado el 20/02/2020).

MONTOYA F., Jaime (2006). “Anotaciones teóricas para la historia empresarial”. Páginas: *Revista Académica e Institucional de la UPCR*. N° 74, pp. 138-158. En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4897760> (Consultado el 17/08/2023).

MORALES M., María E. (2011). “Gestionar el conocimiento resignificando el sujeto de la organización”. *Revista Electrónica Forum Doctoral*. Medellín (Colombia): Red Pilares; Universidad Eafit, mayo – julio. N° 4, 148-167. En: <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/forum-doctoral/article/view/1755/1756> (Consultado el 23/12/2019).

NAVARRETE – CAZALEZ, Zaira (2015). “¿Otra vez la Identidad? Un concepto necesario pero imposible”. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. México: Vol. 20, N° 65, pp. 461-479. En: <https://www.redalyc.org/pdf/140/14035408007.pdf> (Consultado el 12/10/2022).

NICASTRO, S. (1997). *La historia institucional y el director en la escuela. Versiones y relatos*. Buenos Aires: Paidós, Ficha Bibliográfica. En: <https://www.sadlobos.com/wp-content/uploads/2016/03/Nicastro-La-historia-institucional-y-el-director-en-la-escuela.pdf> (Consultado el 07/08/2023).

PALOMAR V. Cristina (2007). "Identidad de Zygmunt Bauman" *Espiral*. Universidad de Guadalajara. Guadalajara (México): enero-abril. Vol. XIII, N° 38, 2007, pp. 205-214. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13803808> (Consultado el 22/05/2023).

PEPE, Ana I. (2011). "Identidad e imagen organizacional. Un recorrido por los artículos anglosajones más relevantes de los últimos veinte años". *Revista Dixitn*. Junio, N° 14, pp. 18-27. En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5682238> (Consultado el 12/01/2021).

PÉREZ, Andrea y RODRÍGUEZ Del B., Ignacio (2014). "Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa". *Cuadernos de Gestión*. Vizcaya (España): enero-junio, Vol. 14, N° 1, pp. 97-126. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274330593005> (Consultado el 17/09/2023).

POUUSA, Anu (2006). "Conducting research on organizational identity". *EJBO: Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*. Vol. 11, N° 2, pp. 24-28. En: http://ejbo.jyu.fi/archives/vol11_no2.html (Consultado el 16/09/2023).

RAMÍREZ, Fanny (et al) (2005). "El papel de los valores en la identidad corporativa". *Rev. Negotium*. Vol. 1, N° 1, pp. 35-54. En: www.revistanegotium.org.ve/pdf/1/1Art3.pdf. (Consultado el 20/06/2019)

RAMÍREZ, F., SÁNCHEZ M. y QUINTERO, Hugo (2005). "El papel de los valores en la identidad corporativa". *Revista Negotium*. Año 1, N° 1, pp. 35-54. En: <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/1/1Art3.pdf> (Consultado el 26/06/2018).

RECHE, Matías (2001). “Historia de la organización: herramienta para diferenciar culturas y para gestionar recursos humanos”. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Granada (España): Vol. 7, N° 3, pp. 109-118. En: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/206174.pdf> (Consultado el 25/06/2018).

RENDÓN C., Marcela y MONTAÑO H., Luis (2004). “Las aproximaciones organizacionales. Caracterización, objeto y problemática”. *Contaduría y Administración*. Mayo-agosto. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39521305> (Consultado el 25/07/2018).

RENTERÍA P., Erico y ENRÍQUEZ, M., Álvaro (2006). “¿Usted mismo s.A? o el posicionamiento profesional en el mercado de trabajo. Reflexiones desde el marketing y el comportamiento del consumidor”. *Psicología desde el Caribe*. Barranquilla: agosto – diciembre. N° 18, pp. 139-160. En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21301807> (Consultado el 29/06/2018).

RENTERÍA P., Erico (2008). “Nuevas realidades organizacionales y del mundo del trabajo: implicaciones para la construcción de la identidad o del sujeto”. *Informes Psicológicos*. Medellín (Colombia): enero-junio. N° 10, pp. 65-80. En: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/ipsi/n10/n10a05.pdf> (Consultado el 12/06/2018).

RINA S., César (2012). “De la “Historia sólida” a las “historias líquidas”, *Diacronie*. N° 12. En: <http://journals.openedition.org/diacronie/2446>; DOI: <https://doi.org/10.4000/diacronie.2446> (Consultado el 10/12/2020).

RIVAS T., Luis A. (2009). “Evolución de la teoría de la organización”. *Universidad & Empresa*. Bogotá: julio-diciembre. Vol. 11. N° 17, pp. 11-32. En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187214467001>. (Consultado el 12/2/2021).

RODRÍGUEZ, Rubén B. (2012). “Charles Taylor: El Ser y el bien” *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía*. Vol. XVII, pp. 47-64. En: <https://revistas.uma.es/index.php/contrastes/article/view/1139/1092> (Consultado el 20/06/2023).

ROMERO C., Martha P. (2015). *Significado del trabajo y sentido de la profesión en la academia: un estudio en el contexto colombiano*. Barcelona (España): Universitat Autònoma de Barcelona (Tesis Doctoral). En: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/313236/mprc1de1.pdf?sequence> (Consultado el 12/07/2018).

ROMERO I., María E. (2003). “La historia empresarial”. *Historia Mexicana*. México: El Colegio de México, enero – marzo. Vol. LII, N°. 3, 2003, pp. 806-829, En: <https://www.redalyc.org/pdf/600/60052306.pdf> (Consultado el 28/08/2023).

ROJAS C., Nicolás A. (2019). “Del alma y del individuo particularmente cualificado en el pensamiento estoico”. *Mutatis Mutandis: Revista Internacional de Filosofía*. Año 7, N° 13, pp. 11-29. En: <https://revistamutatismutandis.com/index.php/mutatismutandis/issue/view/13/9> (Consultado el 28/09/22).

ROMERO, Elsi (2011). “Legislación para la protección del patrimonio arquitectónico, evolución del marco legal y gestión. Caso venezolano”. *Historia y Patrimonio. Trienal de Investigación*. Caracas: Universidad Central de Venezuela. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Del 6 al 10 de junio. N° 18. En: <https://www.fau.ucv.ve/trienal2011/cd/documentos/hp/HP-18.pdf> (Consultado el 10/11/2023).

ROSALES M., Diego (2016). “El surgimiento de un yo. Las raíces de las ideas de “identidad” y “autenticidad” en Charles Taylor”. *Revista de Filosofía*. México: Universidad Iberoamericana. N° 140, pp. 87-110. En: http://revistas.ibero.mx/filosofia/articulo_detalle.php?id_volumen=11&id_articulo=253 (Consultado el 10/10/2021).

RIVERA, Alix B. (et.al) (2005). “La comunicación como herramienta de gestión organizacional”. *Negotium*. Maracaibo: Fundación Miguel Unamuno y Jugo, noviembre, Vol. 1, N° 2, pp. 32-48. En: <https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>.

RUEDA, Iván; ACOSTA, Byron; CUEVA, Fabián e IDROBO, Paul (2018). “El cambio organizacional y su gestión estratégica”. *Revista Espacios*. Vol. 19, N°44, pp. 1-6. En: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p17.pdf> (Consultado el 18/09/2023)

SÁNCHEZ, A. (2014). La gestión de documentos como estrategia de innovación empresarial. *Enl@ce Revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*. Maracaibo: Universidad del Zulia. Vol. 11, N° 2, pp. 25-50. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82332625003> (Consultado el 23/08/2023).

SIERRA A., Marta (2016). *El desarrollo de la Comunicación Corporativa y su influencia en la creación de la Identidad Corporativa*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas. (Tesis Doctoral). En: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/15312/TFG001483.pdf?sequ> (Consultado el 12/11/2018)

SISTO C., Vicente (2012). *Teoría(s) organizacional(es) postmoderna(s) y la gest(ac)ión del sujeto postmoderno*. Barcelona (España): Universitat Autònoma de

Barcelona. (Tesis Doctoral). En: <https://www.psiucv.cl/wp-content/uploads/2012/11/vsc1de11.pdf> (Consultado el 26/07/2018).

STUART, Albert, ASHFORTH, Blake y DUTTON, Ianne (2000). *Organizational identity and identification: charting new waters and building new bridges*. *Academy of Management Freview*. Vol. 25, No. 1, pp. 13-17. En: <http://www.jstor.org/stable/259260> Consultado el (11/09/2023).

SUCHAR Z., D. (2015). *Organizaciones inteligentes y gestión del conocimiento*. En: <https://www.researchgate.net/publication/290818765> (Consultado el 26/12/2019).

URIARTE, Luis Miguel y ACEVEDO, Manuel (2018). “Sociedad red y transformación digital: hacia una evolución de la consciencia de las organizaciones”. *Economía Industrial*, N° 407, pp. 35-49. (Ejemplar dedicado a Nuevos paradigmas organizativos 1). En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6535706>. (Consultado el 13/10/2019).

URTEAGA, E. (2010). “La teoría de sistemas de Niklas Luhmann”. *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía*. Málaga (España): Universidad de Málaga. Facultad de Filosofía y Letras. Departamento de Filosofía, pp. 301-317. En: <http://www.revistas.uma.es/index.php/contrastes/article/view/1341> (Consultado el 20/01/2020).

VELÁSQUEZ C., Andrés (2007). “La organización, el sistema y su dinámica: una versión desde Niklas Luhmann”. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Bogotá: septiembre-diciembre. N° 61, pp. 129-155. En: <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611495014.pdf> (Consultado el 25/07/2018).

VILCHIS V., Agustín y JIMÉNEZ GENCH (2014). *Conceptualización de la organización: del taylorismo a la posmodernidad, una visión desde los estudios organizacionales*. México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. En: <http://blogs.acatlan.unam.mx/calidad/files/2015/08/CONCEPTUALIZACION-DE-LA-ORG.pdf> (Consultado el 25/07/2019).

VILLANUEVA R., Jeniffer G. (2011). *La identidad organizacional desde el construccionismo social. Caso de estudio: Ciudad Deportiva Francisco I. Madero del Gobierno del Distrito Federal*. México: Universidad Autónoma Metropolitana División de Ciencias Sociales y Humanidades. Posgrado en Estudios Organizacionales. (Tesis de Maestría). En: <http://tesiuami.izt.uam.mx/uam/aspuam/presentatesis.php?recno=15332&docs=UAM I15332.pdf> (Consultado el 22/07/2020).

VILLOCH, Ignacio (2017). “La novedad y el valor son los elementos clave de la innovación. (Entrevista). *Cuadernos*. Madrid: Asociación Española de Fundaciones, julio. N° 35, pp. 18-22. En: https://www.fundaciones.org/EPORTAL_DOCS/GENERAL/AEF/DOC-cw59771bc504e39/CUADERNOS35.pdf (Consultado el 22/04/2021)

WHETTEN, David A., y MACKLEY, Alison (2002). “A social actor conception of organizational identity and its implications of the study organizational reputation”. *Business & Society*. December, Vol. 41, N° 4, pp. 393-414. En: https://www.researchgate.net/publication/262853067_Organizational_Identity_Formation_and_Change/link/559ee1cb08ae97223ddc5657/download (Consultado el 27/07/2022).

YIN, Robert (1994). *Investigación sobre estudios de casos: diseño y métodos*. (Segunda Edición). London. New Delhi. En: SAGE Publications. PDF created with

pdfFactory Pro trial version <https://www.pdffactory.com/> (Consultado el 25/07/2021).

ZIBECHI, Raúl (2020). A las puertas de un nuevo orden mundial. En: AGAMBEN, Giorgio (2020). *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia*. (s.l.): ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio), pp. 113-118. En: <https://www.elextremosur.com/nota/23685-sopa-de-wuhan-el-libro-completo-y-gratis-para-leer-sobre-el-coronavirus/> (Consultado el 22/10/2022).

ŽIŽEK, Slavoj (2020) Coronavirus es un golpe al capitalismo al estilo de ‘Kill Bill’ y podría conducir a la reinención del comunismo. En: AGAMBEN, Giorgio (2020). *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia*. (s.l.): ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio), pp. 21-28. En: <https://www.elextremosur.com/nota/23685-sopa-de-wuhan-el-libro-completo-y-gratis-para-leer-sobre-el-coronavirus/> (Consultado el 22/10/2022).

ZUBIRIA, Martín (2016). *El poema doctrinal de Parménides. Contribuciones de Juan José Moral*. Mendoza (Argentina): Universidad Nacional de Cuyo. 2016. (1a edición especial). Libro digital, PDF. En: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7654/elpoemadoctrinalparmenies.pdf (Consultado el 27/07/2022).

ZUÑIGA C., Daniel D. (2017). *Teoría de las organizaciones*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina. En: <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1415> (Consultado el 15/09/2023).

3.1.- PÁGINAS OFICIALES DE INSTITUCIONES:

Asociación Española para la Calidad: <https://www.aec.es/>

Asociación Española de Normalización y Certificación. Norma UNE-ISO/TR 13028
IN: <https://www.une.org/la-asociacion>

Consejo Internacional de Archivos (ICA): <https://www.ica.org/es>

International Organization for Standardization: <https://www.iso.org/home.html>

Servicio Desconcentrado de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos
Técnicos (Sencamer) Venezuela: <https://www.sencamer.gob.ve/>

www.bdigital.ula.ve