

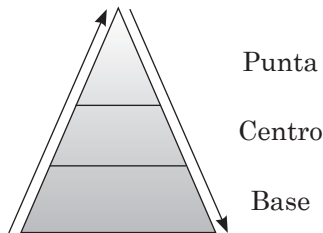
COLSURE, Compañía Colombiana de Seguridad Ltda.

Javier Ramón Llanos

1. INTRODUCCIÓN

Es una empresa especializada en brindar servicios de vigilancia y seguridad privada en la modalidad fija, para la protección y seguridad de bienes inmuebles de personas naturales o jurídicas. Cuenta con personal idóneo y de alta calidad en la prestación de los servicios de vigilancia, debidamente uniformados y vinculados a la empresa mediante distintas modalidades de contratos laborales.

La comunicación es un juego de roles: el rol del locutor, el rol del interlocutor, pero cada uno de estos roles está permeado por las intenciones y necesidades de quien lo asuma. En la compañía COLSURE, el proceso de comunicación está distorsionándose y el flujo de la información no es acorde con la estructura organizacional piramidal, que la empresa maneja. Es decir, se está presentado el fenómeno *grapevine* denominado por Goldhaber (1987). Dicho fenómeno se refiere a la transmisión de mensajes no claros, que no siguen los canales adecuados y formales en su camino hacia el establecimiento de la comunicación organizacional. De una manera sintética se expondrá la situación:



La mayoría de los inconvenientes laborales cotidianos se presentan en la base de la estructura, por lo que la comunicación debe mantenerse en dos direcciones: de la base a la punta y viceversa. Sin embargo, se presenta que, al momento de transmitir la información de la base a la punta, cuando esta pasa por el centro de la pirámide se distorsiona y llega a su destino final convertida en algo totalmente distinto a lo que fue en el inicio, es decir, parece que algunos de los interlocutores de la información guiados por sus propias necesidades y el rol que desempeñan están ocasionando tal inconveniente. Lo que se propone para el estudio de este caso es la implementación del modelo de Luis A. Ramírez que proclama justamente que los interlocutores, como enunciadores del discurso, pueden desde transmitir una información con la mayor veracidad posible, hasta cambiarla para beneficio personal. Entonces, lo enunciado aparece como un nuevo discurso al que se responderá de forma distinta.

Situación comunicativa

Los vigilantes, ubicados en la base de la pirámide están protestando porque la actual dotación que les otorgaron no fue la más adecuada ya que hacen falta dos elementos. Al acudir a los funcionarios ubicados en el centro de la pirámide y comentar la situación, están siguiendo el conducto regular empresarial que se ha establecido. Cuando la queja llega a la punta de la pirámide, llega en las siguientes condiciones:

“Los vigilantes se están quejando porque no les dieron dotación este año, y además, porque no les han aumentado el salario según lo que establece la ley.”

2. PROBLEMA

La compañía presenta una estructura organizacional tipo piramidal, y justo en entre la base y el centro de esta estructura se presentan la gran mayoría de problemas comunicativos. En la base de la pirámide se ubican los vigilantes que operan en las instituciones donde la empresa presta el servicio; en el medio de la pirámide se encuentran los supervisores, quienes revisan y verifican el trabajo de los operarios de la base; en la punta de la pirámide se ubican los altos mandos administrativos y directivos de la empresa.

El problema comunicativo que se presenta en COLSURE, Compañía Colombiana de seguridad LTDA., es que hay una desviación de la información desde el momento en que esta sale de la base de la pirámide y llega a la punta de la misma. Estos problemas de comunicación se presentan porque al parecer, cuando la información pasa de la base al

centro de la pirámide, se ponen en juego las intenciones y necesidades de los sujetos enunciadore, intenciones y necesidades que, son distintas, tanto en la base como en el centro de esta pirámide. Por lo cual, la información, permeada y desviada según las intenciones de cada uno de los sujetos que en un momento la enunció, llega a la punta de la pirámide convertida en algo totalmente distinto a lo que en principio era.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El Profesor Luís Alfonso Ramírez Peña propone un cambio a la teoría del lenguaje que, en vez de separarlo y explorarlo a manera de los tradicionales modelos de oración o texto, lo explica en la fabricación específica y singular del discurso en un hecho de comunicación. Dice también que ya no es una teoría que resulta de la separación del lenguaje de su uso determinado, y que de ningún modo se somete a expresar el lenguaje conceptual, sino que, previamente de lo nocional, sondea en las expresiones del discurso de la ciencia y la tecnología, en el discurso literario y en el discurso de la cotidianidad, la usanza de conceptos y sus metonimias¹: el uso de imágenes poéticas y sus metáforas, las imágenes comunes y sus usos sinecdocales².

Lo que nos propone, en vez de tomar las palabras o las oraciones como unidades de comunicación, es tomar la voz, estructura pequeñísima de contenidos menores, que nos llevaría a creer que toda comunicación de discursos orales, escritos o digitales, son según nuestro autor, recontextualizaciones de voces ya existentes en el saber del locutor de acuerdo con las necesidades que lo incitaron a comunicarse. Por lo tanto, Ramírez Peña, nos dice que un asunto o proceso de comunicación interpretativa, por lo cual, reemplaza métodos analíticos y hermenéuticos.

La teoría del discurso y del lenguaje en la comunicación, propuesta, nos lleva a decir que del acto singular de la producción del discurso se involucra las esferas culturales y sociales y en la esfera subjetiva del individuo locutor en las relaciones objetivas, subjetivas, intersubjetivas.

¹ Para relacionarlo con los estudios de este caso, propone la Metonimia como el procedimiento estilístico que consiste en expresar el efecto por la causa, el contenido por el continente, el todo por la parte., etc, según lo expone el Diccionario Pequeño Larousse, México, 2002, p. 665. A.

² Tropo, especie de metáfora que consiste en designar una cosa con el nombre de otra que no es más que una parte de ella, materia de la que está hecha, etc. Ejemplo: Parte por todo: cuatro inviernos /cuatro años . Todo por parte: Destrocé el carro/ destrocé el motor .Materia por obra: bronce/ campana. Singular por plural: argentino/ argentinos .Plural por singular: la patria de los descubridores/ España .Género por especie: arremetié el bruto/ arremetié el animal. Especie por género: danos el pan de cada día/ danos el alimento de cada día Abstracto por concreto: el marfil de sus manos/ lo blanco de sus manos. Nombre común por propio: el conquistador/ Pizarro. Nombre propio por común: un Judas/ traicionero. Tomado de la Biblioteca Virtual de la Biblioteca Luis Ángel Arango.

En el estudio del caso COLSURE, que se fundamenta en el modelo de comunicación propuesto por este autor, es la de la comunicación vista como un proceso de acción, en donde no hay un emisor y un receptor como tal, sino donde intervienen dos interlocutores que, permeados por sus necesidades e intenciones comunicativas, establecen un tipo específico de discurso que se concreta en una forma de interlocución. Para este caso particular, ejemplo de comunicación organizacional, el modelo sustenta que:

1. La comunicación es la relación significante con sentido provocada por intereses a partir de la articulación de discursos compartidos y no compartidos, producidos previamente y asumidos en una determinada perspectiva del acto de comunicación.
2. La comunicación se establece no sólo en los discursos que están hechos con fines informativos, sino que también, por ser un hecho del lenguaje, se establece desde variados medios y multiplicidad de intereses.
3. La comunicación es generada en función de un interlocutor y para una determinada interpretación.

Bibliografía

- Ramírez P. (2004). Lenguaje, Pedagogía y Discurso. Bogotá: Cooperativa editorial magisterio.
- Sánchez Z. (2006). Modelos Y esquemas de la comunicación. Medellín: Universidad de Medellín.

Bibliografía sugerida

- Hall R. (1996). Comunicación. *Organizaciones: estructuras, procesos y resultados* (pp.179-198). México: Prentice Hall.
- Puyal, E. (2001). La comunicación interna y externa en la empresa. Obtenido el 22 de mayo de 2008 desde <http://www.5campus.com/leccion/comui>
- Ramírez P. (2004). Lenguaje, Pedagogía y Discurso. (Capítulo 2 PP 60 A 88). Bogotá: Cooperativa editorial magisterio.

4.

PREGUNTAS ORIENTADORAS

1. ¿Qué estrategias de comunicación organizacional se evidencian?
2. ¿Cuáles son las relaciones contextuales que se evidencian entre los interlocutores?
3. ¿De qué manera se legitima o no una información recibida en esa empresa?
4. ¿Qué o cuáles estrategias comunicativas considera usted viables para la solución del problema?



