LA FENOMENOLOGÍA EN LA RESIGNIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GERENCIAL EN LA GESTIÓN DE ORGANIZACIONES UNIVERSITARIAS

AUTORA: ALDAMA GUIGÑAN LUISA ANGÉLICA

RESUMEN

Partiendo de la fenomenología como sistema de la razón que se despliega, como método, requiere del investigador que la asume el conocimiento de las bases y fundamentos que dan sentido a las acciones que él debe realizar para el abordaje de aquello que investiga. La investigación pretende comprender la fenomenología para el significado de la comunicación gerencial desde la intencionalidad de los actores en las organizaciones universitarias de manera de establecer la unidad de estudio en relación a la gerencia universitaria y así constatar que a través de éste método si se puede obtener la realidad tal como se muestra respecto al significado de la comunicación gerencial. Se desarrolló un artículo de tipo documental de corte descriptivo y diseño bibliográfico, asumiendo un enfoque sustentado en la capacidad de otorgar un sentido diferente a la comunicación gerencial en instituciones universitarias.

El trabajo fenomenológico está referido a la pregunta por el sentido que debe tener el ser; sólo considerando la cosa misma y temporalidad.

El método abordado es la fenomenología hermenéutica siguiendo la postura de Martin Heidegger, es importante resaltar que aunque Husserl es el padre de la fenomenología y Heidegger es un discípulo de Husserl ambos autores comparten la máxima fenomenológica de ir a las cosas mismas pero se diferencian en el modo de acceso y de tratamiento de esas cosas, puede decirse que la diferencia es la determinación de la intuición fenomenológica. Lo que se requiere es hacer visible el fenómeno de la comunicación gerencial tal como se presenta para así comprenderlo y poder interpretarlo, es por esto que puede decirse que la fenomenología no es un simple método; sino que es una hermenéutica.

Descriptores: Fenomenología, hermenéutica, comunicación gerencial

ABSTRACT

Starting from phenomenology as a system of reason that is deployed, as a method, it requires the researcher who assumes it to know the bases and foundations that give meaning to the actions that he must carry out to approach what he investigates. The research aims to understand the phenomenology for the meaning of managerial communication from the intentionality of the actors in university organizations in order to establish the unit of study in relation to university management and thus verify that through this method it is possible to obtain reality as shown with respect to the meaning of management communication. A documentary-type article of a descriptive nature and bibliographic design was developed, assuming an approach based on the ability to give a different meaning to managerial communication in university institutions.

Phenomenological work is referred to the question of the meaning that being should have; only considering the thing itself and temporality.

The method addressed is hermeneutic phenomenology following the position of Martin Heidegger, it is important to highlight that although Husserl is the father of phenomenology and Heidegger is a disciple of Husserl, both authors share the phenomenological maxim of going to the things themselves but they differ in the way of accessing and treating these things, it can be said that the difference is the determination of phenomenological intuition. What is required is to make visible the phenomenon of managerial communication as it is presented in order to understand it and be able to interpret it, which is why it can be said that phenomenology is not a simple method; but it is a hermeneutics.

Descriptors: Phenomenology, hermeneutics, managerial communication

Introducción

La gerencia según Jones y George (2010) es la planeación, organización, dirección y control de los recursos que tiene la organización para así poder alcanzar sus objetivos. De esta manera, se deduce que todos estos procesos están implícitos en cualquier institución pública o privada y la manera en la que sean llevados a cabo, marcará la diferencia entre el éxito o fracaso.

Dentro de este contexto se incluyen las instituciones universitarias las cuales presentan características bien específicas en cuanto a la manera en que deben ser gerenciadas.

Para Ramos (2017, p.8) "la comunicación es un fenómeno social a la escala de la sociedad global, la comunicación es la expresión de un proceso que articula el pensamiento libre y creador con la acción ejecutiva y comunicativa"

Cuando se hace referencia a la Comunicación gerencial, se puede decir que es el proceso de generación, intercambio y análisis de información que permite la coordinación efectiva entre áreas y niveles, además de lograr productividad en cada unidad de la organización. Ramírez, (2004), sostiene que ésta, debe ocurrir en forma reflexiva, articulada y que debe extenderse a través de un gran número de niveles de la actividad comunicacional en la organización; es decir debe darse en todos los niveles, desde los más bajos hasta los más altos (ver figura 1).

Dentro de la dinámica universitaria, se dan los juegos de poder como son el juego político, académico, comunicacional y personal donde el poder, muchas veces, se desfigura para devenir en contradictorias decisiones y acciones que terminan transfigurando objetivos, proyectos y programas académicos y administrativos institucionales. Al hacer referencia al juego comunicacional Matus, (2000) plantea que está asociado a todos aquellos recursos de la comunicación y del lenguaje, que compromete de alguna manera a los participantes ya que bien sea por la palabra o por la escritura se puede obtener compromiso. Su riesgo está en los malentendidos que se puedan generar dentro de la organización y la ambigüedad de las conversaciones que puedan existir entre los individuos.

En este orden de ideas, se observa que el mundo de las

comunicaciones en el interior de las organizaciones es vital para el éxito, involucrando tanto a las comunicaciones externas como internas, donde la apropiación y uso del lenguaje canalizado de forma eficaz, objetiva y veraz tiene inherencia sobre las actitudes y desempeño laboral. Es importante mencionar que diariamente en las organizaciones se desperdicia gran cantidad de energía debido a errores de comunicación; las explicaciones mal planteadas, mensajes transmitidos en forma incorrecta y conversaciones mal encauzadas originando a las instituciones pérdidas económicas, trabajos rechazados, productos inutilizados, esfuerzos desperdiciados, conflictos profesionales y personales, y en muchos casos hasta procesos judiciales.

En tal sentido se plantea que dentro de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda se observa una fragmentación en la comunicación, es decir no se utiliza la comunicación como herramienta estratégica de gestión, no se desarrolla de manera adecuada y no se da en todos los niveles, los colaboradores no están enfocados en un mismo horizonte ya que no se da una comunicación clara desde los líderes de cada área, influyendo de alguna manera en que no se logren los objetivos que se persiguen dentro de ésta organización universitaria.

Es importante resaltar que un buen gerente para lograr buenos resultados no solo debe tener buenas intenciones sino que debe contar con una serie de recursos que lo ayuden a comunicarse de una manera asertiva, esto de alguna manera garantizará el éxito del mismo dentro de la organización y por ende mejor productividad.

Por otra parte se hace necesario mencionar la falta de formación presente en algunos gerentes elemento esencial para lograr una mejor comunicación dentro de la organización universitaria, en este caso dentro de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda.

En la actualidad la comunicación se ha tornado imprescindible en todos los ámbitos, sobre todo en el ámbito laboral. La mayoría de las personas creen que con simplemente hablar ya se están comunicando siendo esto falso ya que lo más importante es que lo

que se diga sea entendido. Si la comunicación no se da de manera adecuada ocurre la fragmentación de la misma; ésta puede llevar de alguna u otra manera a que los actores no estén motivados e incluso no estén alineados con una gestión universitaria que sea de calidad, al respecto Goleman (2015) plantea que una persona cuando está motivada siempre va a ser optimista así las circunstancias que se presenten no sean las más favorables. Este elemento de alguna u otra manera está relacionado con la comunicación gerencial, la cual si se genera de forma asertiva va a dar como resultado un mejor desenvolvimiento de la organización universitaria y por ende mejor productividad en la misma.

La idea es generar una comunicación oportuna que no basta con transferir una información sino comprender la misma y aplicarla eficientemente.

Es menester recalcar que todos nos comunicamos en el trabajo independientemente de cual sea nuestro campo de acción, o de cuanto sepamos sobre él, el conocimiento especializado no basta para garantizar el éxito; las habilidades para comunicarnos también son relevantes. Como puede observarse la comunicación dentro de las organizaciones es fundamental para lograr el buen desempeño de las mismas de manera de alcanzar las metas trazadas y por ende una mayor y mejor productividad. Por eso cuando estas prácticas comunicacionales no se dan de manera adecuada las relaciones sociales pueden transformase influyendo esto directamente en el buen desempeño de la organización.

En otro orden de ideas, ésta investigación se desarrollará epistemológicamente con diseño de metodología cualitativa y paradigma interpretativo; teniendo como referente el método fenomenológico de comprensión hermenéutica de Martín Heidegger (2003); que busca descubrir los significados como estructuras de la conciencia, se presenta como posibilidad para develar y repensar intersubjetivamente el sentido del Ser de la comunicación gerencial en la gestión de organizaciones universitarias, desde el Dasein o Ser ahí.

Tomando en cuenta lo anteriormente planteado, se busca investigar en forma

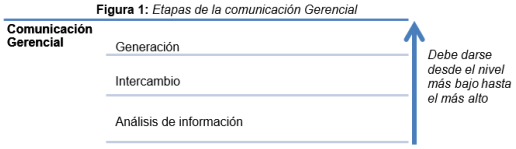
descriptiva, si con la fenomenología hermenéutica se pueden reconocer los significados desde la experiencia de los informantes claves actores principales en la gerencia universitaria, intentado develar sus percepciones de la incoherencia existente entre lo que se dice y hace en la organización universitaria y que significado le asignan a la comunicación gerencial en la gestión de organizaciones universitarias.

Ahora bien, para significar y lograr una mejor comprensión sobre la comunicación gerencial objeto de gestión se formula la siguiente interrogante, la cual guiará la investigación ¿Cómo es la valoración de la fenomenología para la comunicación gerencial en la gestión de las organizaciones universitarias?

Generándose como propósito de estudio; Comprender la fenomenología para el significado de la comunicación gerencial desde la intencionalidad de los actores en las organizaciones universitarias.

Tomando en consideración lo antes expuesto, puede mostrarse lo siguiente;

Figura 1: *Etapas de la comunicación Gerencial*



Metodología

A propósito de valorar la fenomenología para la comunicación gerencial en la gestión de las organizaciones universitarias se desarrollará un artículo de tipo documental de corte descriptivo, acerca del método de la fenomenología hermenéutica, que permita profundizar e interpretar la pertinencia y apropiación del método de manera adecuada.

Según Palella y Martins (2006, p.99) "la investigación documental se concentra exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos escritos u orales"; en el mismo se cumplen pasos como buscar, recolectar, organizar, analizar hasta llegar a interpretar la información o datos referidos a un tema en particular.

La investigación documental permite estudiar al ser humano de manera indirecta, es decir, a través del material que dejan sus modos de vida y el registro escrito de sus actividades. De allí él

porque el uso de este tipo de investigación para el desarrollo del presente artículo, ya que lo que se persigue es conocer si el método de fenomenología hermenéutica desarrollado por Martin Heidegger (2003) es acorde para develar el significado de la comunicación gerencial en organizaciones universitarias.

La investigación documental tiene un diseño bibliográfico donde se llevan a cabo diferentes procesos lógicos y mentales con técnicas de investigación como el análisis de contenido que lleva inmerso la síntesis, tomando en cuenta que para construir el discurso se usó como instrumento de investigación el mapa conceptual con la intención de esquematizar la información. Además es importante señalar que para darle forma al artículo se siguieron una serie de pasos, que en atención a Alfonso (1994), mencionado anteriormente pueden especificarse como indagar y recopilar información referente al método fenomenológico según la postura de Heidegger, revisar dicha información a través del análisis e interpretación de la misma para estructurar cada parte del artículo, posteriormente se llevó a cabo la redacción de la introducción y conclusión y finalmente presentar el artículo.

En resumen, la metodología para este artículo puede plantearse como se muestra a continuación;

Figura 2: *Estructura de la metodología*

Metodología	Tipo: Documental
	Corte: Descriptivo
	Diseño Bibliográfico: Procesos lógicos y mentales
	Técnica de investigación: análisis de contenido, síntesis.
	Instrumento de investigación: Mapa conceptual

Resultados

Para lograr comprender el significado de la comunicación gerencial desde la intencionalidad de los actores en las organizaciones universitarias se quiere estudiar el método Fenomenológico hermenéutico siguiendo la postura de Martin Heidegger como opción posible y así comprender el pensamiento y la acción de los sujetos, en este caso los actores universitarios.

Con respecto al contexto en que emerge se tiene que la fenomenología se origina del idealismo alemán y el hegelianismo. Las raíces están en la escuela de pensamiento filosófico creada por Husserl (1859-1938) en los primeros años del siglo XX. Sus principales teóricos son

Edmund Husserl (1859 1938) padre de la fenomenología y por supuesto Martin Heidegger (1889 1976), discípulo de Husserl. Ambos autores comparten la máxima fenomenológica de ir a las cosas mismas pero se diferencian en el modo de acceso y de tratamiento de esas cosas, puede decirse que la diferencia es la determinación de la intuición fenomenológica. Para Husserl la intuición es un ver reflexivo para Heidegger es una intuición hermenéutica.

Husserl, matemático y filósofo quien planteo la distinción fundamental entre el acto de pensar como actividad mental real de todo individuo y el ser de los objetos como ideales contenidos en la conciencia de los sujetos, lo llevó a desarrollar un método particular de descripción de dichos objetos que denominó fenomenología, al proponerse llegar al conocimiento a través del estudio de las estructuras de la conciencia mediante la intuición reflexiva, para describir los objetos como fenómenos tal cual como se constituyen allí.

Ahora bien Heidegger usa la fenomenología para poder llevar a cabo la analítica existenciaria, ya que la misma permite ir a las cosas mismas, la cual representa la máxima para este método, pero sobre todo permite descubrir el ser de los entes; para el caso de la investigación el ser de los entes queda expresado en el fenómeno de la comunicación gerencial entendida por los actores universitarios, lo que se pretende es sacar a la luz hacer visible este fenómeno tal cual como se presenta, como se muestra en su realidad, una vez presente el fenómeno debe comprenderse para luego ser interpretado, ante esto puede decirse que la fenomenología no es un simple método; es una hermenéutica.

Es importante resaltar que la fenomenología interpretativa o hermenéutica propuesta por Heidegger como una metodología filosófica para descubrir el significado del ser o del ente o la existencia de los seres humanos es una metodología que se contrapone a la tradición positivista.

Por tanto, es necesario recurrir al método fenomenológico hermenéutico, siguiendo la postura de Heidegger para comprender la comunicación gerencial en la gestión de las organizaciones universitarias; desde los significados construidos intersubjetivamente por los actores universitarios en las experiencias vividas, ya que con

esta metodología lo que se busca es mirar al fenómeno tal cual como se muestra, como se presenta, el propósito es conocer desde la voz de los mismos actores universitarios como se da el fenómeno que se desea estudiar.

La investigación está enmarcada en el paradigma interpretativo porque los supuestos teóricos-metodológicos del mismo; permiten percibir e interpretar la realidad, como lo es la comunicación gerencial en organizaciones universitarias desde la perspectiva de los sujetos involucrados, esto está acorde con el método planteado por Heidegger quien tiene como premisa ir a las cosas mismas y verlas tal cual como se presentan para así poder comprenderlas e interpretarlas. Ahora bien en cuanto a la orientación ontológica, el conocimiento está determinado ontológicamente por la naturaleza de la realidad y por lo que es posible conocer de ella como fenómeno, en este caso es algo real que emerge de la conciencia del individuo, porque es el actor universitario quien desde su propia voz va a manifestar como se está dando el fenómeno. Se puede decir que la resignificación de la comunicación gerencial en la gestión de las organizaciones universitarias, es una realidad propia de los sujetos universitarios, pero al mismo tiempo puede manifestarse desde mi propio ser debido a que estoy inmiscuida dentro de la realidad estudiada.

Con respecto a la orientación epistemológica, la misma está relacionada con la forma como se ha de generar el conocimiento. Para el caso del método seleccionado puede observarse que no hay diferenciación entre el sujeto y el objeto del conocimiento; por lo que puede hablarse de una epistemología subjetiva donde se toma en cuenta un enfoque intersubjetivo; es decir existe una relación entre el sujeto y el objeto estudiado.

En cuanto al aspecto metodológico se tiene una investigación enmarcada en una metodología cualitativa basada en la teoría de la fenomenología hermenéutica. Todo esto se traduce en la interpretación del que comprende la comunicación gerencial en la gestión de las organizaciones universitarias, no es hacerse una idea de lo que está pasando sino es proyectarse uno mismo hacia la experiencia directa del asunto tratado, con esto se logrará una relación de ser

entre el intérprete y la cosa para así obtener información desde sus propias vivencias, es decir de primera mano ya que la misma fortalecerá la investigación. Desde el punto de vista metodológico, la descripción fenomenológica viene dada por la hermenéutica ya que el ser ahí es por sí mismo comprensor e interpretante (ver figura 3)

Ahora bien con respecto a los momentos del método fenomenológico de Heidegger, se tiene que pueden establecerse la precomprensión donde entra en juego las conversaciones entre quien investiga y quien es investigado, reducción originaria en éste se busca comprender lo que los actores manifiestan con respecto al fenómeno, construcción fenomenológica; pudiera relacionarse este momento como un momento de comprensión unido con la interpretación del fenómeno y destrucción fenomenológica donde ya debe existir una postura crítica por parte del investigador sobre la realidad del fenómeno estudiado (ver figura 4). Por su parte Payares (2014) plantea que los momentos en el método fenomenológico también pueden quedar estructurados como se mencionan a continuación: reducción hermenéutica u ontica (la dirección o punto de la mirada), construcción fenomenológica o reconstrucción (la posición u orientación de la mirada y destrucción fenomenológica o destrucción crítica (la extensión u horizonte de la mirada); aunque Payares plantea los momentos de manera diferente en cada uno se persigue lo mismo. Es importante resaltar que dentro de cada uno de los momentos planteados anteriormente se dan una serie de pasos los cuales están relacionados unos con otros y que van a definir la lógica de acción en la investigación. En otro orden de ideas es importante resaltar la presencia dentro del método de un círculo hermenéutico donde en cada una de sus etapas; está presente la comprensión y la interpretación y los momentos se dan de manera recurrente y circular, la idea es ir desde lo incomprendido hasta lo comprendido además se debe entrar en este círculo de manera adecuada; lo que se pretende con estos momentos dentro del circulo hermenéutico es conocer el todo a través de sus partes y viceversa. Una investigación enmarcada con el método de fenomenología con comprensión hermenéutica, es una

investigación Inductiva, naturalista, holística, contextualizada, subjetiva, donde prevalece la intersubjetividad reflexiva.

Se hace necesario destacar que al hacer interpretación con el uso del método de fenomenología hermenéutica debe garantizarse el carácter científico del tema mediante la elaboración de estructuras de prioridad a partir de las cosas mismas y no debe dejarse que la manera previa de ver las cosas y de entender las cosas sean dadas por opiniones populares u ocurrentes que no tengan fuerza.

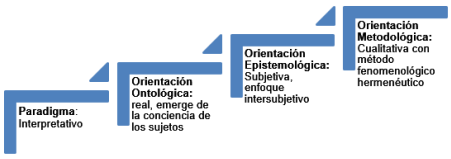
Este tipo de método conlleva a un diseño de investigación basado en la realidad social que se investiga y como este tipo de investigación no tienen desde el principio un diseño preestablecido entonces debido a eso se dice que son emergentes, flexibles y comprensivos. La fenomenología para llegar a las cosas mismas debe hacerlo al ritmo del mismo fenómeno, sometiéndose a aquello que va descubriéndose con él. Además es necesario resaltar que lo que se pretende es obtener información por parte de los sujetos o actores sociales en torno a cómo es cotidianamente la comunicación gerencial en la gestión de organizaciones universitarias, de manera de poder entender el fenómeno en sus propios términos y así poder interpretarlo.

Como el estudio está enfocado en comprender intersubjetivamente el fenómeno de la comunicación gerencial en la gestión de organizaciones universitarias, los sujetos o informantes clave serán un grupo de personas o sujetos de investigación conformados por actores de la UNEFM, la escogencia o selección de estos, se realizará tomando en cuenta criterios importantes con el fin de escoger informantes que sean idóneos para el desarrollo de la investigación y que además aporten información relevante y de calidad para la misma. Por otra parte, una vez recabado los datos que van a permitir describir, comprender e interpretar en profundidad, la comunicación gerencial en la gestión de organizaciones universitarias; se pretende usar como técnica la entrevista en profundidad y como instrumentos el guion de preguntas basadas en el método fenomenológico, preguntas que deben estar bien estructuras y que permitan obtener la información lo mejor posible. No se puede

dejar de lado que en toda investigación para este caso investigación cualitativa debe tomarse en cuenta tanto el rigor Científico como el aspecto ético, es decir tomar en cuenta elementos como confidencialidad para así mantener resguardada la información y por supuesto el consentimiento de quien va a actuar como informante clave esto de alguna u otra manera va a fortalecer y a darle realce a la investigación.

A continuación se presenta de manera resumida como queda enmarcada la investigación siguiendo la postura de Heidegger;

Figura 3: *Investigación Fenomenológica*



Por otra parte se muestran a manera de resumen los momentos que van a definir la lógica de acción en una investigación cualitativa con método fenomenológico hermenéutico de Martin Heidegger

Figura 4 *Momentos del Método Fenomenológico* ⇨ *Lógica de acción*



Conclusiones

Tomando en cuenta la premisa en el término fenomenología como lo es ir a las cosas mismas, se puede concluir que fenomenología es hacer ver desde sí mismo aquello que se muestra, y hacerlo ver tal como se muestra desde sí mismo. Por otra parte la fenomenología se ha transformado en hermenéutica porque ha sustituido una analítica de la conciencia por una analítica de la existencia.

El aporte esencial de éste método está en la importancia que tiene el que el investigador este consciente de todo el proceso cognitivo que se lleva a cabo cuando se pone de manifiesto el mismo con el fin de poder tener acceso a la subjetividad del sujeto pero sobre todo a todas las acciones que deben seguirse cuando se selecciona ésta metodología.

El desarrollo del método fenomenológico hermenéutico y

de la Analítica Existenciaria del Dasein necesita una metodología que no esté ya diseñada es decir requiere que el investigador se amolde a lo que se vaya presentando de allí que los diseños dentro de estas metodologías fenomenológicas sean flexibles, la idea es que el investigador este abierto a la existencia de momentos emergentes no solo de manera concurrente sino también circular. Todo esto favorecerá al círculo hermenéutico permitiendo interpretar el mundo vivido, la realidad que se presenta así como también los actores presentes en ella. La idea es llegar al ser para comprenderlo e interpretarlo con el fin de develar desde allí todos aquellos elementos que pueden resultar por un lado de gran importancia pero por el otro que sean fidedignos para la investigación.

Es conveniente resaltar que un método cualitativo, como lo es el fenomenológico, requiere que el investigador conozca y maneje el método, cuáles son sus principios y bases esenciales; es decir al usar este tipo de método, el mismo no puede aplicarse como algo mecánico sino que requiere que la lógica este presente desde el principio hasta el fin de la investigación, se tiene que estar claro de lo que se está haciendo, como y que debe incluir cada momento. Es decir, por el contrario, las etapas de este método, así como la perspectiva que generan sus momentos, en conjunto con las acciones desplegadas por quien realiza la investigación, deben adaptarse al objeto, es decir están intrínsecamente relacionadas con las vivencias, percepciones, experiencias de los individuos seleccionados para llevar a cabo en ellos la indagación sobre el tema abordado y obtener así información de calidad que servirá de soporte para el desarrollo de dicha investigación.

La fenomenología hermenéutica como método basado en la postura de Martin Heidegger, contribuye, de modo privilegiado, al conocer las realidades, con la intención de conseguir una interpretación lo más fiel posible, que sea detallada y muy minuciosa de las experiencias de los actores universitarios respecto a la comunicación gerencial, ya que con el método hermenéutico de Heidegger se pretende responder de alguna manera el sentido que debe tener el ser tomando en cuenta los significados construidos por los

sujetos o actores sociales de forma intersubjetiva y porque no en su estar con los otros, de esta manera se puede alcanzar lo subjetivo, lo interpretativo y comprensivo. Todo esto permite concluir que la reflexión fenomenológica comienza cuando como investigadores tratamos de captar los significados de la experiencia tanto en detalle como en profundidad; información que contribuirá a darle respuesta al tema de investigación de la manera más real como sea posible.

Referencias Bibliográficas

Goleman, D (2015). La inteligencia emocional. México, Vergara

Heidegger, M (1997). Ser y Tiempo. Trad. Jorge E. Rivera. Disponible en:

https://www.philosophia.cl/. [Consultado: 2023, junio 25]

Heidegger, M (2003), Ser y Tiempo, Editorial Trota, Madrid, España, 2006.

Jones y George (2009). Administración contemporánea. México. Editorial McGraw Hill

Matus, C. (2000). Teoría del Juego Social. Caracas. Fondo Altadir

Palela y Martins (2006). Metodología de la Investigación cuantitativa. Caracas FEDUPEL

Payare, L (2014) La Analítica existenciaria u Ontología fundamental. Departamento de postgrado. UPTAG

Ramírez, S (2004). 5 pasos para crear tu estrategia. Recuperado de: http://blog.adventures.do/pasos-para-crear-tu-estrategia-digital¨. ¨[Consultado: 2023, junio 20]

Ramos, W (2017) Comunicación organizacional. Ediciones grupo compás 2017