

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**EL RUMOR COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:**

**Estudio de caso del personal del Servicio de Citas Médicas de la empresa Cronix  
Compañía Limitada**

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DIEGO ALBERTO PINEDA VILLALBA**

**DIRECTOR: M, SC. MARCEL MERIZALDE GUERRA**

**Quito - Ecuador  
2013**

## **DEDICATORIA**

A mi familia en su totalidad, por tener paciencia, demostrar su entusiasmo y brindarme su mano cuando la necesité. Dedico esta obra en particular a mis padres, hermanos y sobrinos, quienes se desvelaron varias veces junto a mí, acompañando el desarrollo de este trabajo y mi carrera universitaria.

## AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, Diego Alberto Pineda Villalba en calidad de autor del trabajo de la tesis realizada sobre “El rumor como estrategia de comunicación. Estudio de caso del personal del Servicio de Citas Médicas de la empresa Cronix Compañía Limitada”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y sus reglamentos.

Quito, a 19 de noviembre de 2012



CC 1718273004

[diegopineda859@gmail.com](mailto:diegopineda859@gmail.com)

## CERTIFICADO

En mi condición de Director (Tutor), certificado que el Señor Diego Alberto Pineda Villalba, ha desarrollado la tesis de grado titulada "El rumor como estrategia de comunicación. Estudio de caso del personal del Servicio de Citas Médicas de la empresa Cronix Compañía Limitada", observando las disposiciones institucionales que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo para que el mencionado señor reproduzca el documento científico definido, presente a las autoridades de la Carrera de Comunicación Social y proceda a la exposición de su contenido bajo mi dirección.



Marcel Merizalde Guerra, M.Sc.

Director

# ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	iii
HOJA DE APROBACIÓN DEL TUTOR O DIRECTOR DE TESIS	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
SUSTENTO TEÓRICO	
1.1 La comunicación y el estructuralismo	11
1.2 El post-estructuralismo y la comunicación	12
1.2.1 La espiral del silencio como aislador social	16
1.3 Discurso y comunicación	17
1.3.1 El discurso como dispositivo de poder	22
<b>CAPÍTULO II</b>	
LA COMUNICACIÓN Y EL RUMOR	
2.1 Comunicación interpersonal	26
2.2 Orígenes del rumor	28
2.3 El rumor en tres casos de la Historia de la Comunicación	28
2.4 El rumor desde la Psicología Social	30
2.4.1 Ley Básica del Rumor	31
2.5 Motivos principales para la generación de rumores	32
2.6 Influencia del rumor entre sujetos de las organizaciones	34
2.7 Teorías de las organizaciones	36
2.8 De la comunicación institucional a la organizacional	37
2.9 Comunicación interna	41
2.9.1 Medio o canal de comunicación	41
2.10 Actores de opinión	43
2.10.1 Características de los actores de la opinión	44

## **CAPÍTULO III**

### **ETNOGRAFÍA DEL RUMOR EN CRONIX**

3.1 Introducción	47
3.2 Reseña funcional de Cronix	47
3.3 Metodología	49
3.4 Población de estudio	50
3.5 Técnica	51
3.6 Instrumentos	51
3.7 Procedimientos	52
3.8 Resultados	52
3.9 Objetivos del rumor	57
3.10 Impacto del rumor en Cronix	58

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.1 CONCLUSIONES	62
4.2 RECOMENDACIONES	63

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>65</b>
---------------------	-----------

El rumor como estrategia de comunicación: estudio de caso del personal del servicio de citas médicas de la empresa cronix compañía limitada

Rumor as communication strategy: a case study of the service staff appointments cronix company limited company

## **RESUMEN**

El presente trabajo se desarrolló en Cronix Cia. Ltda. encargada del asignamiento de citas médicas del (IESS). Se determina la problemática entre los colaboradores de Cronix y su diario vivir con el rumor, debido a la poca organización comunicacional de parte de sus directivos.

Aborda una reseña histórica de Cronix desde el contrato con el IESS (agosto 2009-agosto 2011), el desenvolvimiento estructural, laboral y comunicacional de sus integrantes, las políticas superpuestas y modificadas con mucha frecuencia y los contratiempos por los rumores.

El soporte teórico se registra en conceptos de comunicación, el rumor desde la psicología social, la historia. Comunicación organizacional, lenguaje, lengua, habla, discurso y poder. El estructuralismo y post-estructuralismo como corrientes del pensamiento, entre otros.

Se utilizó una metodología cuali-cuantitativa mediante el método científico inductivo-deductivo; deductivo-inductivo. Como técnicas: la encuesta, la entrevista y la observación, los instrumentos: el cuestionario y la guía, bajo un análisis etnográfico de coincidencia y diferencia.

**PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL / RUMOR / IMPACTO / DISCURSO / PODER**

## **ABSTRACT**

This work was developed in Cia Cronix responsible for the assignment of medical appointments (IESS). Determine the problem among Cronix partners and their daily lives with the rumor, due to poor organizational communication from their managers.

It deals with a historical review of Cronix from the contract with the IESS (August 2009-August 2011), the structural development, labor and communication of its members, and overlapping policies frequently modified and setbacks by rumors.

The theoretical support is recorded in communication concepts, the rumor from social psychology, history. Organizational communication, speech, language, speech, discourse and power. Structuralism and post-structuralism and currents of thought, among others.

We used a qualitative and quantitative methodology using inductive-deductive scientific method, deductive-inductive. As techniques: survey, interview and observation instruments: the questionnaire and guidance under an ethnographic analysis of agreement and difference.

**KEYWORDS:** ORGANIZATIONAL COMMUNICATION / RUMOR / IMPACT / SPEECH / POWER



## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación aborda el rumor como estrategia de comunicación: estudio de caso de la empresa Cronix Cia. Ltda, cuyo trabajo es el asignamiento de citas médicas del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social del Ecuador (IESS), a sus afiliados.

Para introducir al lector sobre el contenido de este trabajo y sobre todo, apasionarlo en su contenido, se relatarán los motivos que influyeron en la construcción de este documento. Información que integra a cientos de trabajadores de la empresa Cronix cía. Ltda quienes, por no tener fuentes verídicas de su futuro laboral, se desenvuelven con el rumor en su diario vivir dentro de la organización.

La Comunicación es una de las áreas más sensibles en torno a la actividad cotidiana y común de los seres humanos. En este caso en particular, la falta de comunicación y la desinformación por parte de la empresa Cronix es evasiva, con el fin de justificar la ausencia de planificación, de estrategias, de vías y procesos, o simplemente porque no hay conocimiento de cómo hacerlo de parte de sus directivos.

Dentro de la organización, diariamente se difunden una serie de rumores entre el mismo personal debido al ocultamiento de información por parte de la empresa, este inconveniente comunicacional dificulta en general el ámbito laboral. Al personal por no tener información adecuada y a la empresa por mantenerse en un ambiente de tensión debido a la generación de rumores en sus instalaciones.

En agosto de 2009 concursaron varias empresas de servicios relacionados con el telemercadeo, con el fin de obtener un contrato que otorgaba el IESS para el asignamiento de citas médicas vía telefónica para sus afiliados a nivel nacional. Esto con el fin de reducir la precariedad y el maltrato que recibían los afiliados para obtener una cita médica cuando acudía físicamente a las unidades del Seguro Social.

Cronix Cía. Ltda, empresa de telemercadeo y telemedicina en el mercado ecuatoriano hace doce años, ganó la licitación de dicho contrato, vigente por dos años y con opción a nueva negociación, cumplido este período en agosto de 2011.

En este lapso (agosto 2009-agosto 2011) surgieron un sinnúmero de problemas estructurales y sistemáticos entre ambas instituciones, entre los más importantes, la falta de comunicación organizacional, lo que generó quejas de parte de los colaboradores de Cronix ya que eran ellos quienes percibían a diario las consecuencias de dichos problemas.

La suma de todos los reclamos sobre este tema tan coyuntural fue repartido entre el personal de Cronix, pero también a los afiliados y obviamente a la prensa, lo cual generó inconvenientes contraproducentes a escala nacional, lo cual desencadenó una serie de rumores y preguntas que se detallarán en el transcurso de este trabajo y que fue el motor para esta investigación

Por lo dicho, es necesario implementar planes de comunicación desde las estructuras u organizaciones más básicas. Manejar correctamente esquemas pre diseñados de comunicación, ya que puede ser el primer paso para tener un mejor contacto con la población de colaboradores en el caso de la empresa Cronix y, por consiguiente el primer paso para cumplir las metas trazadas.

Cada zona donde se asiente una empresa, tendrá sus propias características culturales, sus propias estructuras jerárquicas y su propia coyuntura, aspectos que deben tenerse en cuenta siempre que se quiera establecer mecanismos de diálogo permanentes.

La comunicación es la herramienta más eficaz para el mantenimiento de buenas relaciones con los distintos actores sociales existentes en el interior de la empresa. Este breve texto no debe tomarse como una plantilla a seguir, sino como un conjunto de pautas a tomar en cuenta al momento de elaborar una estrategia acorde con la organización.

# CAPÍTULO I

## **SUSTENTO TEÓRICO**

La comunicación, en las últimas décadas registra un desarrollo conceptual importante, muchos son los presupuestos que abordan y explican esta disciplina. Sin embargo, es importante añadir que la comunicación va más allá de la relación emisor–mensaje–receptor. Como manifiesta Jüber Habermas, el acto comunicativo depende de la lengua, el habla y de la representación que adopta en la realidad.

La Comunicación es un fenómeno social, desde las primeras comunidades, el ser humano tuvo la necesidad de comunicarse, compartir e interactuar en un grupo social.

La comunicación es un fenómeno “natural”, “cultural” y “creativo”, en orden creciente de importancia. Estos tres niveles de pertinencia corresponden a los niveles de implicación del hombre en el universo de los objetos, de las relaciones interindividuales y de los órdenes sociopolíticos (Maigret, 2003: 14).

Además, la comunicación es un proceso interpersonal que interviene intrínsecamente en todas las relaciones que el ser humano realiza dentro de una sociedad, es por eso que definir a la comunicación resulta complejo por la diversidad de perspectivas con que las personas ven y sienten este proceso.

Tampoco es posible hablar de comunicación al margen de una teoría que la explique. De la diversidad de presupuestos que se identifican con la comunicación, la opción para exponer la relación entre comunicación y rumor es el post-estructuralismo. Antes es preciso entender su secuencia referencial y embarcarse en una breve explicación de la teoría antecesora, el estructuralismo.

### **1.1 La comunicación y el estructuralismo**

La teoría estructuralista en comunicación, analiza la realidad como una estructura y como una construcción social. Uno de los enfoques de estudio de esta corriente de pensamiento es el lenguaje informal como el mito o el rumor y sus relaciones como estructura, en la que cada elemento tiene su origen y su razón de ser. El estructuralismo se caracteriza por aplicar a los hechos humanos y sociales el concepto de estructura.

Para entender la comunicación desde este modelo, es necesario señalar que ningún proceso de comunicación puede eliminar las interpretaciones de los seres humanos tales como las relaciones y diferencias de lenguaje, cosmovisiones y la cultura institucional para explicar el mundo visible e invisible, o los modos de entender las relaciones humanas y sociales tales como las interpersonales, entre ellas el rumor.

Desde esta óptica, el término estructura se refiere a la manera en que son organizadas las actividades respectivas de una sociedad, por ello, es necesario sentar algunas bases epistemológicas que ayuden y orienten la comprensión de esta temática planteada desde una visión estructuralista.

El modelo pretende ser una identificación de principios de organización relacional que produce significación. Se ha usado para analizar diversos tipos de relatos en base a algunos de sus elementos que le permiten significar y, en general, detectar el significado del actuar social (Paoli, 1983:33).

El estructuralismo concibe también a la sociedad como una unidad constituida por partes diversas, pone énfasis en los modos de interacción entre individuos o grupos sociales, al estructuralismo no se lo debe entender como base para interpretar la realidad social, sino, como algo que interactúa con la configuración de la misma realidad.

El estructuralismo se inserta en el corazón de lo real, pero más allá de lo inmediatamente visible, la estructura revela un aspecto oculto de las cosas: la estructura de una sociedad, por ejemplo, es algo distinto del conjunto de las relaciones sociales; una relación de intercambio está dada con anterioridad a los objetos intercambiados (Corvez, 1969: 9).

Es notoria la relación que existe en el estructuralismo entre lo real y la organización social, refleja la realidad en la cotidianidad humana como una estructura; es decir, todas las actividades de la sociedad de manera organizada, tratando de identificar el significado del actuar social.

Debido a que la comunicación interpersonal y específicamente los rumores no son actividades humanas y sociales organizadas, no entiende de reglas que garanticen su estadía permanente en la mente del ser humano o la sociedad, es necesario avanzar en una teoría que critique las significaciones sociales del ser humano y reemplace elementos estructurados por otros no establecidos que se los encuentra en el post-estructuralismo.

## **1.2 El post-estructuralismo y la comunicación**

Desde la década de los años 60` del siglo XX, la teoría estructuralista plantea un entendimiento desde la lingüística con los aportes de Saussure quién plantea el término estructura como una teoría social analítica. Desde esta base, el post-estructuralismo nace como una crítica a la modernidad y a todo su sistema de significación comprendiendo al sujeto en un contexto complejo.

Para el post-estructuralismo, la sociedad está constituida por múltiples estructuras y sistemas que se construyen desde sus relaciones significantes, más no desde la unión de sus partes; entonces, es pertinente reflexionar sobre los fenómenos sociales inevitables que nacen desde las periferias de las relaciones de poder, tanto individuales como colectivas, en la sociedad y de un sistema estructurado, como si se lo considerara una forma de opinión colectiva.

Desde el post-estructuralismo, la comunicación se compone de signos que reemplazan a elementos de la realidad que no son tangibles pero que existen, tales como el rumor. Las palabras son las herramientas de la comunicación.

Por tanto, analizar las formas en que la sociedad se comporta, permitirá una lectura sobre sus signos jerárquicos y de agrupación en todos los campos productivos y sociales. “El lenguaje considerado como objeto del pensamiento científico (lengua) y como algo mío (habla) debe ser concebido en la unidad de su ser” (Corvez, 1969:15).

Ubica a las formas peculiares de cada cultura en la dimensión en que se anudan sus lazos con la vida, la necesidad y el trabajo, el lenguaje, y ve emerger, de ese modo, por detrás de las representaciones que se forman los hombres, las normas que regulan las funciones vitales, las reglas que dirigen sus necesidades (op. cit.: 36).

Estos dos términos, las normas y las reglas de Corvez, desde su autonomía pueden determinar que el lenguaje permita la interrelación entre los seres humanos a través de signos que son previamente estandarizados para la comunidad y que categorizan la realidad.

El individuo comunica con sus palabras, verdades o falsedades, tales como el rumor, que pueden ser emocionales o racionales. Al transmitir estas realidades intelectivas, está realizando un acto comunicativo específicamente humano. Esta comunicación concibe al ser humano como un ente sociable. La expresión oral es la principal forma de integración social con la comunidad

Las relaciones existentes entre las realidades del mundo se sitúan más allá de la mera semejanza y de toda comparación positiva. No son relaciones de una pura exterioridad sino de analogía, en el sentido filosófico de la palabra: ello mantiene casi infinita su diversidad fundamental e impide reducirlas a un código único (op. cit.: 75).

Uno de los principales exponentes de la teoría post-estructuralista es Jacques Derrida, quien postula que para el post-estructuralismo, “el significado de las partes no es tan importante como la relación de las partes” (Powell, J, 1997: 20).

Derrida cuestiona la idea de un centro permanente, quien al igual que todos los post-estructuralistas, considera que “todo conocimiento es textual, lo que significa que el conocimiento no está compuesto solo de conceptos, sino palabras. Y las palabras pueden sugerir distintos significados” (op. cit.:22).

Las líneas anteriores presentan la idea básica para el desarrollo de este trabajo, ya que el rumor está compuesto de palabras, cuyos significados dependen de la interpretación de quien difunde y quien recepta el mensaje. Para comprender mejor esta propuesta, Derrida propone una deconstrucción, la que refiere a una lectura que promueve la descentralización, es decir, a desenmascarar la naturaleza polémica de los centros.

Para Derrida, el inconveniente con los centros es que excluye y al hacerlo, ignoran, reprimen o marginan a otros, por ejemplo, en las sociedades en las que el hombre es la figura dominante, es un centro y la mujer es el otro marginado y reprimido, es decir, un falo-centrismo. “Todo el pensamiento occidental se basa en la idea de un centro: un Origen, una Verdad, una Esencia, un Dios, una Presencia que se suele escribir con mayúscula y que garantiza todo significado” (op. cit.:23).

Es decir, solo podemos acceder a la realidad por medio de conceptos, códigos y categorías y, la mente humana funciona de manera tal que forma pares conceptuales como el de hombre/mujer. En este ejemplo de cultura occidental, uno de los pares tiene prioridad y el otro queda marginado.

En este sentido, Derrida agrega que “el deseo de tener un centro, origina *opuestos binarios*, de los cuales un término es central y el otro marginal. Además, los centros quieren definir o fijar el juego de los opuestos” (op. cit.: 25) se demuestra una jerarquía violenta, en la que el elemento central del par, quedaría instituido como lo real y lo bueno.

Lo que propone para eliminar la descentralización, es subvertir el elemento privilegiado, revelando que el otro componente reprimido y marginado, también puede ser el central. La solución propuesta por Derrida para desnaturalizar la estructura de los centros, está en la deconstrucción y añade:

La deconstrucción es una táctica para descentrar, una manera de abordar la lectura que ante todo, nos permite advertir la centralidad del componente central. Luego, intenta subvertirlo para que la parte marginada pase a ser la central y temporariamente elimine la jerarquía (Powell, J, 1997: 28).

Derrida propone dar oídos a todas las partes sociales involucradas, prescindiendo de uno de ellos como eje central jerarquizado, mas bien, abriendo espacio para subvertir al elemento excluido y colocarlo en el momentáneo centro.

La deconstrucción es una práctica política y que no debemos omitir ni neutralizar demasiado rápido esta etapa de subversión. Es un estadio de inversión necesario para *subvertir* la jerarquía original de modo tal que el primer componente pase a ser el segundo. Pero con el tiempo debemos darnos cuenta de que la nueva jerarquía es también inestable, y entregarnos al libre juego de los opuestos binarios dejando las jerarquías de lado. Entonces podremos advertir que ambas lecturas, como muchas otras, son igualmente posibles (op. Cit.: 30).

En el caso de los rumores, la información no oficial, sustraída de fuentes ocultas o al alcance de pocos, muchas veces son excluidas y marginadas del elemento central, para el caso, la información oficial. La deconstrucción intervendría al subvertir estos pares y darle una momentánea jerarquía a la comunicación no convencional como son los rumores.

Es posible que los elementos previos puedan estar relegados de la realidad y necesitan una reestructuración, Derrida agrega:

Cada elemento que parece estar por el momento presente, surgió de una configuración previa que ya se esté desvaneciendo y dé paso a una configuración futura. Este juego continúa eternamente. No hay ninguna configuración central que intente fijar el juego del sistema, ni ninguno marginal, ni privilegiado (op. cit.: 31).

En conclusión; la deconstrucción es la herramienta básica para la descentralización que propone Derrida, se concentra en los opuestos binarios presentes en los textos, como hombre/mujer. Luego, demuestra cómo están relacionados cómo uno es central, natural y privilegiado y, el otro ignorado, reprimido y marginado.

Entonces descompone o revierte la jerarquía momentáneamente, hasta que el texto pase a significar lo contrario de lo que parecía significar originalmente. Al final, ambos componentes del par se involucran libremente y cuyos significados no tienen jerarquías ni son estables, ni marginados ni excluidos.



Sin embargo, “la legitimidad de la opinión colectiva en una democracia descansa tanto en la confianza, en las formas y en los procedimientos por los que su expresión está unida a un colectivo, como en la aceptación de los principios subyacentes de la democracia” (Crespi, 2000: 187), las opiniones colectivas orientadas desde el rumor no pueden tomar acciones directas de cambio o de gestión, por el contrario, son producto de la falta de información oficial dentro de la sociedad y sus instituciones.

Los colectivos generan comentarios que traen consecuencias y van del clima laboral y el manejo de la producción de los individuos. Es en este contexto, la teoría del Espiral del Silencio ayuda a comprender a los seres humanos, tanto a nivel individual como colectivo, como el centro de la sociedad a la que pertenecen.

### **1.2.1 La espiral del silencio como aislador social**

(...)las observaciones realizadas en unos contextos se extendieron a otros e incitaron a la gente a proclamar sus opiniones o a tragárselas y mantenerse en silencio hasta que, en un proceso en espiral, un punto de vista llegó a dominar la escena pública y el otro desapareció de la conciencia pública al enmudecer a sus partidarios” (Noelle-Neumann, 1995: 22).

La espiral del silencio responde a los distintos comportamientos que asume un grupo de personas ante la falta de información. Además, entenderlo desde esta postura implica reconocer que los sujetos observan sus contextos sociales antes de hablar, decidir o relacionarse en la sociedad.

Noelle-Neumann plantea diferentes mecanismos que dan cuenta sobre las actitudes de las personas frente a diversos hechos que son modificados desde la capacidad de ser integrados en la colectividad.

Frente al constante ambiente de tensión, es posible que a través de visualizar un determinado contexto social, las personas opten por observar y mantenerse silentes en un proceso de espiral hasta que un punto de vista llegue a dominar la escena pública y los comportamientos ante otras personas de mayor o menor jerarquía “A pesar de las limitaciones, las encuestas puede proporcionar pruebas claras de que la gente sabe qué opiniones pueden provocar aislamiento social en un momento dado” (op. cit. : 74).

El ser social necesita interactuar con los otros y para ello requiere sentirse aceptado. Desde esta lógica se podría concluir que el clima de opinión y el clima laboral, son tendencias que se

adoptan como verdad y que apoya una mayoría. “Parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio” (op. Cit.: 22).

“Nuestra naturaleza social nos hace temer la separación y el aislamiento de los demás y desear ser respetados y queridos por ellos. Con toda probabilidad, esta tendencia contribuye considerablemente al éxito de la vida social y humana” (Noelle-Neumann, 1995: 63).

Para Noelle-Neumann, el clima de opinión actúa como un fenómeno de contagio ya que el acuerdo mayoritario se socializa rápidamente. La selección de quién habla ante quienes se mantienen en silencio logra superponer una propuesta sobre otra.

En el contexto de este trabajo, el miedo al aislamiento puede provocar un sinnúmero de reacciones, si se toma en cuenta que la mayor parte de los colaboradores de una organización pertenecen a un rango medio, no tienen un conocimiento amplio sobre los métodos o técnicas para resolver los conflictos internos y operativos, por lo tanto se someten a la opinión que emana de la empresa.

El discurso dominante se construye desde factores culturales, sociales y argumentativos que determinan las acciones públicas, es así, que la figura de un líder no necesariamente está impuesta por un cargo, en el caso de estudio, la empresa hace opinión y domina la escena del decir y pensar laboral.

Así, el colaborador usa como estrategia de comunicación al rumor, es la maniobra del débil frente al poderoso. La empresa tiene el poder y dispone de herramientas como la tecnología y la ocultación de información para crear opinión entre sus subordinados, que: “El control social también actúa bajo la forma de la opinión pública, que, aunque no esté institucionalizada, posee ciertas sanciones” (op. cit.: 135).

### **1.3 Discurso y comunicación**

Si bien los discursos son dispositivos que pretenden naturalizar ideologías de poder, en este texto se aborda al lenguaje informal como un discurso dentro de la comunicación, que se descontextualiza hasta volverse rumor.

Entonces, el interés por abordar el tema del discurso y relacionarlo con el objeto de estudio, es por acoger al rumor como un factor que influye en un grupo determinado, como los

colaboradores de la empresa Cronix. Antes, es importante destacar los elementos que intervienen en la construcción del discurso como el lenguaje, la lengua o el habla.

También es necesario justificar la aproximación del rumor al discurso en la comunicación, debido a que ambos utilizan como canal principal de difusión la oralidad. “Más allá de todo comienzo aparente hay siempre un origen secreto, y tan originario, que no se lo puede nunca captar en sí mismo” (Foucault, 1997: 39)

Todo discurso manifiesto reposaría secretamente sobre un “ya dicho”, y ese “ya dicho” no sería simplemente una frase ya pronunciada, sino un “jamás dicho”, un discurso sin cuerpo, una voz tan silenciosa como un soplo (...) se supone así que todo lo que al discurso le ocurre formular se encuentra ya articulado en ese semi-silencio que le es previo (op. cit.: 40).

Se puede articular ese “jamás dicho” de Foucault con el rumor, porque la interpretación del sujeto que lo difunde, da a entender que revela supuesta información que permanece secreta, o al alcance de pocos.

Es momento de definir categorías como el lenguaje, la lengua y el habla, temas que para los estructuralistas, poseen un orden subyacente ya que para sus expositores, toda lengua tiene una estructura, controlada por las reglas gramaticales.

Según Saussure en resumidas palabras, el lenguaje implica un sistema establecido y una evolución, por ende es una institución actual y un producto del pasado y resalta al sonido como predecesor del lenguaje, ya que es un instrumento del pensamiento y no existe por sí mismo.

La lengua por el contrario, es una totalidad en sí y un principio de clasificación, no es más que una determinada parte del lenguaje, aunque esencial, tomado en su conjunto, el lenguaje es multiforme y heteróclito, pertenece además al dominio individual y al dominio social. (Saussure, 1990: 51)

En tanto del habla, añade que es un instrumento de la lengua y nos servimos del aparato vocal como cosa del azar, por simples razones de comodidad, ya que como producto del pasado, los seres humanos habrían podido elegir el gesto y emplear imágenes visuales en lugar de las imágenes acústicas.

No es, para Saussure, el lenguaje hablado el natural al hombre, sino la facultad de constituir una lengua, un sistema de signos distintos que corresponden a ideas distintas, ya que es la lengua la que hace la unidad del lenguaje.

Para hablar en el conjunto del lenguaje la esfera que corresponde a la lengua, hay que situarse ante el acto individual que permite reconstruir el circuito de la palabra. Este acto supone por lo menos dos individuos. (...) El punto de partida está en el cerebro de uno de ellos, donde los hechos de conciencia, que llamaremos conceptos, se hallan asociados con las representaciones de los signos lingüísticos o imágenes acústicas que sirvan a su expresión. (Saussure, 1990: 54)

El habla es necesaria para que la lengua se establezca, naturalmente, el habla precede a las otras categorías. El habla es la que hace evolucionar a la lengua, las emisiones recibidas oyendo a los demás son las que modifican los hábitos lingüísticos del ser humano, en otras palabras, el habla es todo lo que los seres humanos dicen y comprenden, por ende, no hay nada de colectivo en el habla, sus manifestaciones son individuales y momentáneas.

El estudio del lenguaje comporta, pues, dos partes: la una, esencial, tiene por objeto la lengua, que es social en su esencia e independiente del individuo; este estudio es únicamente psíquico; la otra, secundaria, tiene por objeto la parte individual del lenguaje, es decir, el habla, incluida la fonación y es psicofísica. (op. cit.: 64)

El habla para los estructuralistas, es favorecida por sobre la escritura ya que prevalece la palabra oral antes que la palabra escrita. Para los estructuralistas el habla es el centro privilegiado y la escritura es el margen excluido.

Al respecto, Derrida añade, “las palabras que se dicen en momentos y lugares específicos están presentes (...) anhelar una presencia parece vincularse con esa preferencia por el habla más que por la escritura” (Powell, J, 1997: 40).

Prosiguiendo con los estudios de Saussure, Roland Barthes advierte que “la lengua es el lenguaje menos la palabra”, que es una institución social pero incorpora un sistema de valores que tiene sus propias reglas y dice: “la lengua es la parte social del lenguaje; el individuo no puede, por sí mismo, ni crearla, no modificarla; es esencialmente un contrato colectivo, al cual, si alguien quiere comunicarse, tiene que someterse por completo. (Barthes, 2004: 29).

El habla corresponde a un acto individual y no a una creación pura, en el caso del rumor, el habla se genera debido a la selección del individuo parlante, frente a la necesidad de información de un grupo determinado y, la repetición se maneja de manera informal, dependiendo también de la motivación del hablante.

Lengua y habla están, pues, en una relación de comprensión recíproca en los sujetos pertenecientes a una misma comunidad y por ser ella una suma colectiva de impresiones individuales, no puede ser sino incompleta en el nivel de cada individuo aislado: la lengua no existe de una manera perfecta sino en la *masa* hablante. (op. cit.: 31).

En síntesis, la lengua es el producto y el instrumento del habla según el uso que se le da en gran medida colectivo o de un habla puramente individual, pero en la mayoría de los casos, es elaborado por un determinado grupo arbitrario de decisión, puesto que es fundado mediante una decisión unilateral.

Se trata de lenguajes fabricados, el usuario se atiene a estos lenguajes, extrae de ellos los mensajes (las hablas), pero no participa en su elaboración. El grupo de decisión que está en el origen del sistema (y de sus cambios) puede ser más o menos restringido o puede ser un grupo más difuso, más anónimo. (...) Si, a pesar de ello, este carácter artificial no altera la naturaleza institucional de la comunicación y preserva cierta dialéctica entre el sistema y el uso, esto se debe, por una parte, a que el *contrato* significativo no deja de ser observado por la masa de los usuarios por el hecho de que les sea impuesto (de lo contrario, el usuario puede ser acusado de cierta asociabilidad). (Barthes, 2004: 46).

Es entonces donde convergen estas categorías conceptuales en el caso de estudio, ya que la formación de rumores en Cronix, aparecen de un grupo determinado o de fuentes escondidas y al alcance de pocos, quienes arbitrariamente difunden la información a su conveniencia o de la institución.

Conceptualizadas las categorías de lenguaje, lengua y habla, es momento de retomar el tema del discurso, ya que cuando se fragmenta hasta volverse rumor y se encuentra en oídos de todos, es inevitable su dispersión.

Generalmente, recorre como estrategia de difusión con o sin intención de quien reparte los rumores generando un síntoma de incertidumbre entre quienes se relacionan con él. “No hay que devolver el discurso a la lejana presencia del origen; hay que tratarlo en el juego de su instancia” (Foucault, 1997: 41).

El dominio del discurso está definido por el conjunto de todas las expresiones efectivas habladas al tratarse de un rumor, también en la dispersión de acontecimientos y en la instancia que es aceptado por quienes pertenecen al grupo receptor.

La cuestión que plantea el análisis de la lengua, a propósito de un hecho cualquiera de discurso, es siempre éste: ¿según qué reglas ha sido construido tal enunciado y, por consiguiente, según qué reglas podrían construirse otros enunciados semejantes? (op. cit.: 44).

La intención que busca el difusor del rumor es construir en su discurso una secuencia de lo dicho en su propia interpretación. Aunque no se puede referir reglas para la formación de rumores, debe seguir un proceso secuencial, lineal, con el fin de abastecer a sus receptores de datos que les interese aunque sepan su controversial naturaleza.

Se intenta encontrar más allá de los propios enunciados la intención del sujeto parlante, su actividad consciente, lo que ha querido decir, o también el juego inconsciente que se ha transparentado a pesar de él en lo que ha dicho o en casi imperceptible rotura de sus palabras manifiestas (Foucault, 1997: 44).

Y resulta precisa la pregunta que se hace Foucault “¿cuál es, pues, esa singular existencia, que sale a la luz de lo que se dice, y en ninguna otra parte?” (op. cit.: 45), la naturaleza de los rumores proviene de situaciones emocionales a las que se exponen el autor y el perceptor de dicho comunicado.

Lo que se intenta relacionar, es al discurso como ente regulador o mejor dicho, irregulador disfuncional de un mensaje hecho rumor. Los efectos pueden ser variados en su interpretación cuando se reproduce o genera un discurso. Pero la necesidad de sustentar un rumor es expectativa sobre todo para quienes requieren palabras de aliento y esperanza cuando suscita un hecho ambiguo con poca información

¿Cómo estar seguro de escapar a dominios bastante amplios, escalas cronológicas bastante vastas? En fin, ¿cómo estar seguro de no dejarse engañar por todas esas unidades o síntesis poco reflexionadas que se refieren al individuo parlante, al sujeto del discurso a todas esas categorías antropológicas? (op.cit.: 49).

Para responder estas preguntas planteadas por Foucault, la multiplicidad de motivaciones elegidas por importancia, desde el sujeto discursista o rumorista para el caso, son en síntesis, la necesidad de información nunca expuesta.

Es en particular el caso de los participantes que construyen la problemática de estudio. Los colaboradores de la empresa Cronix, quienes están expuestos a la desinformación por parte de los directivos de la organización. Una represión ligada al dominio y control mediante técnicas de comunicación no convencionales como es el rumor.

“Pero ¿qué hay tan peligroso en el hecho de que la gente hable y de que sus discursos proliferen indefinidamente? ¿En dónde está por tanto el peligro?” “Sería el juego de las reglas que hacen posible durante un período determinado la aparición de objetos, objetos recordados por medidas de discriminación y de represión, objetos que se diferencian en la práctica cotidiana” (op. cit.: 53).

Respondiendo la pregunta de Foucault, el peligro se ubica en la interpretación del discursista y sobre todo, en la incertidumbre que genera entre el público perceptor, tomar por hecho un rumor entre la necesidad de información puede posibilitar la mala interpretación o confusión tal es el caso de los conflictos por causa de rumores en la empresa Cronix.

Es momento entonces de abordar los sistemas de poder que ejercen los actores, para obtener el dominio del discurso y su interacción hacia el porvenir de sus participantes.

### **1.3.1 El discurso como dispositivo de poder**

Foucault anuncia tres grandes sistemas de exclusión que afectan con el discurso las actividades cotidianas del ser humano, tales como; la prohibición, la locura o la razón y la voluntad de verdad.

Supongo que en toda la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar sus poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad (Foucault, 1970: 14).

Además de estos sistemas de exclusión en el discurso, Foucault advierte dos vínculos indudables como son, el deseo y el poder. Por más que en apariencia, el discurso sea de poco interés, las prohibiciones que recaen sobre él revelan muy pronto su enlace, estos elementos son las bases para la creación consciente o inconsciente del mensaje discursista, hasta volverse rumor.

O puede pasar también que se le concede inocentemente a cualquier otra persona, poderes como el de divulgar una verdad oculta, anunciar un porvenir cercano, lo que la ingenuidad de los otros no puede percibir o admitir como cierto.

Es la oposición entre lo verdadero y lo falso lo que rige las normas del discurso visto desde el conocimiento. Lo que unos saben en circunstancias inciertas de ambigüedad o importancia, versus quienes ignoran o desean ignorar

Pero si uno se sitúa en otra escala, si se plantea la situación del saber cuál ha sido y cuál es constantemente, a través de nuestros discursos, esa voluntad de verdad o cuál es en su forma general el tipo de separación que rige nuestra voluntad de saber (op. cit.: 19).

Anticiparse a los hechos más que escuchar, verificar más que comentar el nivel de ausencia de información del que los conocimientos deberían predecir para ser verificados y útiles. La voluntad de saber sería primaria antes de la proliferación o captación de rumores, que no necesariamente se acercan a la verdad. “Si el discurso verdadero ya no es, en efecto, desde los griegos, el que responde al deseo o el que ejerce el poder; ¿qué es por tanto lo que está en juego sino el deseo del poder?” (op.cit.: 24).

Es necesario acercarse al origen del discurso como ruptura entre el texto y el discurso por su amplia relación con el rumor, puede nacer desde escuchas de pasillo en edificaciones donde la carencia de información formal es habitual y muy necesaria para satisfacer el deseo de quienes no tienen el poder.

Otra dimensión del discurso: aquella de lo que acontece y del azar. En primer lugar, el comentario. Supongo, aunque sin estar muy seguro, que apenas hay sociedades en las que no existan relatos importantes que se cuenten, que se repitan y se cambien; fórmulas, textos, conjuntos ritualizados de discursos que se recitan según circunstancias determinadas; cosa que han sido dichas una vez y que se conservan porque se sospecha que esconden algo como un secreto o una riqueza. (Foucault, 1970: 26).

Por el momento, la limitación es por indicar lo que se relaciona con el comentario, el desfase del texto hasta volverse rumor tal vez por el simple azar. Por una parte, permite construir indefinidamente nuevos discursos, el desplome del primer elemento el texto, su permanencia, su relevancia como real y tangible siempre reactualizable, la riqueza intelectual del cual proviene, todo eso funda una oportunidad abierta para hablar, discutir o simplemente rumorar.

Ese hablar permite a los comentarios que no tiene por cometido permanecer en la historia o aquellos que se forman sin intención alguna debido tal vez, a su informalidad tan solo el decir lo que estaba silenciosamente fuera del alcance de muchos.

El comentario conjura el azar del discurso al tenerlo en cuenta: permite decir otra cosa aparte del texto mismo, pero con la condición de que sea el mismo texto el que se diga y en cierta forma el que se realice. La multiplicidad abierta y el azar son transferidos, por el principio del comentario, de aquello que podría ser dicho, sobre el número, la forma, la máscara, la circunstancia de la repetición. Lo nuevo no está en lo que se dice, sino en el acontecimiento de su retorno. (Op.cit.: 29)

Sería absurdo negar la existencia y permanencia del sujeto que inventa o relata un discurso, en cuyo horizonte merodea una posible verdad, la misma que puede ser modificada en base a sus conveniencias. Ya que puede alterar la imagen inicial del cometido; es decir, la verdad. “El autor es quien da al inquietante lenguaje de la ficción sus unidades, sus nudos de coherencia, su inserción en lo real” (op.cit.: 31)

Entonces, otro procedimiento que permite el control y el poder del discurso se determina en las condiciones de su utilización, de imponer a los individuos que los dicen, cierto número de reglas y no permitir de esta forma el acceso a todo el mundo.

Enrarecimiento, esta vez, de los sujetos que hablan; nadie entrará en el orden del discurso si no satisface ciertas exigencias o si no está, de entrada, cualificado para



hacerlo. Para ser más preciso: no todas las partes del discurso son igualmente e inteligibles; algunas están claramente protegidas (diferenciadas y diferenciantes) (Foucault, 1970: 39).

Ese control y protección del discurso, adquiere poder, el poder de quien lo dice ante quienes lo escuchan, poder desde donde nace el mensaje hacia quien lo locuta, poder legitimizar un discurso, más aún cuando se pretende naturalizar un argumento o al menos, tener la momentánea atención del grupo al que se dirige.

La importancia que tiene este tema en cuanto a la construcción del rumor deviene sobre todo en el grupo de estudio, los discursos ejercidos desde las bases jerárquicas de la organización son en su mayoría injustificados y muy accesibles para la proliferación y esparcimiento de rumores hacia los principales afectados que en número, son más de mil doscientos.

Desde un manejo oculto de la información, el rumor puede ser provocado intencionalmente con el fin de mantener al equipo de trabajo sumido bajo amenazas como el despido, en quienes recaen los mayores síntomas como el temor y la enajenación.

Es momento de teorizar al rumor y su influencia con la comunicación, dar origen a su difusión en la historia de la comunicación o la psicología social para poder encontrar puntos de relación y contraste entre el ser humano individual y colectivo en la sociedad y sus instituciones

# CAPÍTULO II

## **LA COMUNICACIÓN Y EL RUMOR**

El rumor es definido como opinión sin veracidad ni fuentes que corroboren su autenticidad, que causa conflictos y que se interpreta con incertidumbres constituidas. Es fundamental mostrar que “El discurso público implica mucho más que transmitir mensajes a individuos con el propósito de influenciar sus opiniones” (Crespi, 2000: 96). La construcción de estos discursos, necesitan un conocimiento previo que permita un entendimiento eficaz de cada propuesta y la asimilación de verdad de las personas que generan el rumor.

En la mayoría de los casos, el rumor aparece por falta de una comunicación fluida. Trata de cubrir los nichos de información y de cuestionamientos periódicos que se pueden generar al interior de la sociedad y sus instituciones.

El uso del rumor como forma de persuasión, genera un clima de incertidumbre y desequilibrio. Para contrarrestarlo, la comunicación permite un mejor desenvolvimiento en el trabajo y la maximización de la capacidad productiva. En el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, la etimología de la palabra rumor sugiere esta expresión, “voz que corre entre el público” para este trabajo optaremos por este término ya que grafica con mayor certeza el objeto de estudio.

Por otro lado, la forma más natural y eficiente que usa la comunicación para relacionar a sus actores sigue siendo la interpersonal, de la manera directa, sin mediadores o canales que generen ruidos y sobre todo, con una retroalimentación instantánea, espontánea y negociadora entre los sujetos.

Muriel llega a concluir que las “organizaciones se distinguen de la sociedad moderna ya que se emplean para conseguir fines que superan las posibilidades individuales, Cada individuo miembro de las organizaciones forma parte de la vida social con sus propios derechos y obligaciones” (deux).

### **2.1 Comunicación interpersonal**

“Robinson señala dos razones por las cuales es conveniente emplear el nivel de persona a persona como base para el examen del uso y la efectividad de los medios menos directos de comunicación:”

- 1) En el contexto de la comunicación de persona a persona se abarcan todas las características del proceso de comunicación, como son la retroinformación potencial

máxima y una inteligibilidad potencial también máxima, de las cuales carecen inevitablemente en alguna forma los otros medios de comunicación

2) La selección de los medios que serán utilizados para cualquier situación de comunicación institucional deberá guiarse por el grado de conversación de estas características de la situación de persona a persona. La importancia de la guía proporcionada por esta aproximación al contexto de la comunicación personal se vuelve aún mayor cuando se da uno cuenta de que dispone de muy escasos datos de investigación en la literatura de las ciencias sociales sobre la conveniencia de emplear un medio u otro para alcanzar los diferentes objetivos de comunicación (Robinson, en Muriel, 1980: 218).

Aquí se considera a la comunicación interpersonal por tener entre sus numerosas ventajas la de que existe una retroalimentación inmediatamente después de emitir el mensaje e incluso durante su emisión. Sin embargo, dicha retroalimentación no siempre resultará positiva, puede generar rumores malintencionados por lo general con resultados negativos, como se intenta demostrar en líneas posteriores de este trabajo.

“La comunicación interpersonal se da en los niveles: a) nivel verbal, en el que se expresa un mensaje por medio de palabras y frases, b) nivel no verbal, que se refiere a expresiones faciales, inflexión e intensidad de la voz, que indican cómo interpretar las palabras que se escuchan” (Rangel, en Muriel, 1980: 227), ambos niveles de comunicación interesan para el propósito de mostrar como el rumor se expresa, entiende y emite a los públicos que interactúan en su difamación o emisión.

La comunicación interpersonal se manifiesta ya sea en forma espontánea o en forma organizada. En las instituciones, la comunicación interpersonal se da de las dos maneras, para el caso, se profundizará en la comunicación espontánea.

Aquella que no requiere preparación organizada previa, aquella que no tiene fuentes que corroboren su veracidad o falsedad. Aquella que sus resultados son indeterminados y que, utilizados de manera errónea, pueden ocasionar rumores con resultados muchas veces fatales.

Es importante señalar que la evidencia más reciente tiende a confirmar que cualquiera que sea el medio de comunicación que se emplee para la presentación de la información, sus resultados se verán optimizados si sus contenidos se analizan en pequeños grupos después de su difusión (Muriel, 1980: 230).

Como hemos visto, el medio directo que utiliza el rumor para su difusión sigue siendo la comunicación interpersonal, aquella que no requiere de mecanismos ni técnicas de difusión, la misma que recorre de voz en voz con infinidad de efectos en quienes la reciben y para quienes sus orígenes son inciertos.

## **2.2 Orígenes del rumor**

Resultaría imposible, muy atrevido o al menos complicado determinar una fecha que registre el apareamiento del rumor en la cotidianidad del ser humano, La escasa documentación sobre el tema y la falta de sistematización, obligan a recopilar, analizar y ordenar la investigación realizada desde las diferentes disciplinas científicas: la historia de la comunicación, vista con algunos ejemplos y la psicología social, debido a la amplia connotación con los estados anímicos y emocionales del ser humano.

En 1944 Terry Ann Knapp definió al rumor como una proposición para crear un tópico difundido sin verificación oficial, contemplándolo como un caso especial de la comunicación social informal junto al mito, la leyenda o el humor de la actualidad (Mazo, S, 2006: 12).

La comunicación humana más elemental es la interindividual, personal, directa por lo tanto oral. De hecho, la comunicación interpersonal oral es la primera forma de comunicación verbal que aprendemos los seres humanos. El aprendizaje de dicha comunicación se produce en el seno de un grupo primario como la familia, grupo que demanda mayor grado de participación y vínculos emocionales

El lenguaje oral, que en su manifestación pública y oficial si ha sido estudiada a lo largo de la historia de la humanidad desde Aristóteles con su “Retórica” hasta la época actual caracterizada por la superinformación, se ha descuidado sistemáticamente en sus manifestaciones “no formales” (op.cit.: 3).

Manifestaciones como el rumor que es un mensaje fundamentalmente oral y con gran rapidez, por ende, genera una especie de un eco vago. Esta característica permite que el rumor se haga público en corto tiempo y conlleva a transmitirse en un lenguaje común cotidiano.

Los componentes más inestables de todo rumor son los indicadores precisos como los nombres propios, números, lugares y fechas, datos reales que, comprobados distan la esencia del rumor que es la falta de pruebas de verificación; para lo cual nos abrazaremos de la Historia de la Comunicación para entender la fluidez del rumor con tres ejemplos reales.

## **2.3 El rumor en tres casos de la Historia de la Comunicación**

En la Edad Media y durante las guerras religiosas, el frente se sostenía por los relatos exagerados de milagros, fechorías y pillajes, también los exploradores se lanzaron al mundo en busca de posibles riquezas envueltas en leyendas.

En la Antigua Roma, la figura del delator, su función era la de mezclarse con el pueblo y llevar al Emperador “los Chismes” del día, excelentes contadores de sentimientos populares (...) el proceso recíproco, también eran utilizados para lanzar “contraofensivas” de rumores para orientar la opinión del pueblo (Mazo, S, 2006: 12)

Otro caso histórico o de fábula es la historia de Atila el Rey de los Hunos,

(...)quien solía utilizar como estrategia para sus futuras conquistas territoriales la captura previa de soldados enemigos, a quienes les brindaba buen trato y les permitía en forma discreta, que vieran el entrenamiento de sus soldados, exagerando su ferocidad, armamento y número; luego los dejaba escapar discretamente llevando cientos de amenazas, fábulas y rumores que lograban disminuir la moral y la voluntad de lucha en sus adversarios. (Narváez, 2004: 91)

Siguiendo con las historias de guerras bárbaras, citaremos la famosa historia de Ghengis Khan,

La estrategia del general Mongol fue tan eficaz, que sus resultados aún persisten hoy día; comúnmente se cree que Temutchin, El Ghengis Khan, logró sus grandes conquistas utilizando una inmensa caballería tártara. La realidad es que la tierra escasamente poblada del Asia Central no pudo haber producido una población lo suficientemente grande para abrumar las áreas densamente pobladas de la periferia mongólica. El Imperio de Khan fue levantado con una avanzada estrategia militar que comprendía el uso de una práctica de intrépidas inventivas militares, fuerzas sumamente móviles, utilización de inteligencia y una intensa propaganda en variadas formas que exageraban siempre la cuenta de su poder militar, con lo cual se lograba desmoralizar al enemigo. Con el ejemplo de la circulación de los rumores exageraba la fiereza y brutalidad de sus tropas que intimidaba y atemorizaba a sus adversarios.

Genghis Khan utilizó hábilmente a los propios espías enemigos para difundir su gran poder militar con el afán de aumentar el pánico y la desmoralización de su enemigo: “son vigorosos, parecen atletas, no respiran más que guerra y sangre y demuestran tan grande impaciencia por luchar, que los generales apenas pueden moderarla; sin embargo, pese a que parecen así de fieros, se mantienen dentro de los límites de una estricta obediencia al Comando y son enteramente devotos a su príncipe. Las tropas de Genghis Khan parecían saltamontes imposibles de contar (op. cit.: 93).

No cabe duda que el rumor, al ser una forma de comunicación fundamentalmente oral y que se transmite de boca en boca debió ocupar un lugar predominante en épocas en las que la documentación escrita no existía o escaseaban en poder de unos pocos.

El estudioso francés sobre comunicación Kapferer, afirma en 1989 que:

El rumor es el medio de comunicación más antiguo del mundo, puesto que fue el vehículo de transmisión de la noticia en una época sin escritura, en las que las antiguas sociedades humanas solo disponían de la comunicación de boca en boca como único canal de comunicación (Kapferer, J.N, 1989: 11).

Este tipo de comunicación no podía ser en su totalidad considerada como rumor, se excluía lo que significaba circulación oficial, como la oralidad andina.

Estos y otros muchos casos son herencia de la Historia y que sin lugar a dudas ejercen una enorme influencia sobre las sociedades. Tácticas tan eficaces de guerra que fueron establecidas en base al rumor. Ahora centraremos nuestra atención sobre las causas psicológicas a nivel social del rumor.

#### **2.4 El rumor desde la Psicología Social**

Otra disciplina con la que podemos explicar la existencia del rumor surge desde la Psicología Social; para ello, se trabajará con el texto Psicología del Rumor de Allport G. y Postman Leo, estos psicólogos catedráticos de la Universidad de Harvard en los Estados Unidos, desarrollaron su trabajo a partir de la Segunda Guerra Mundial y sus efectos postguerra en base al rumor que, aunque no refiere su análisis dentro de la comunicación organizacional, colaborará a identificar los factores emocionales o racionales que inducen al ser humano a emitir o receptor rumores en su cotidianidad.

En efecto, suelen haber rumores malintencionados sin importar su naturaleza, los cuales pueden depender de los estados emocionales de su receptor o emisor, una ansiedad personal o simplemente una incertidumbre intelectual. El motivo que fuere, cuando hay tensión en el ambiente social se torna contagiosa la transmisión de noticias falsas.

Es posible que sean los ámbitos emocionales o la conducta social del ser humano los que inducen a generar o aceptar los rumores, el itinerario de deformación de la verdad que ejerce el rumor y que de ninguna manera se lo puede considerar como mera rareza, sigue la misma distorsión que la comunicación interpersonal.

Los rumores tienen mucho que ver en su contexto con las leyendas o incluso el chisme que pasa de persona a persona por lo general por la vía oral, sin medios probatorios seguros para demostrarlo y así como las leyendas, el rumor depende del estado anímico de quien lo reparte.

Por la ausencia de pruebas o fuentes fidedignas para generar rumores, es difícil discernir entre rumores y noticias, entre charlatanería y hechos científicos, con el fin de aceptar si lo que estamos escuchando es rumor o relato de un hecho verídico, debemos entender si el hecho enunciado por el relato es de evidencia próxima o remota accesible o inaccesible.

En el rumor, el nexo de comprobación es casi nulo, nos vemos obligados a juzgar si el informante sabe lo que realmente está hablando. Podemos sentirnos casi seguros de que un hombre de ciencia que nos habla de su especialidad no nos va a transmitir un simple rumor; mas a un extraño le resultará a menudo difícil juzgar el grado de nuestra experiencia o imparcialidad de juicio. (Allport, G, 1973: 12)

En efecto, para la mayoría de casos, somos inexpertos y precisamente en relación al grado de inexperiencia, somos susceptibles al rumor, debido a ello, estos autores proponen una ecuación matemática que despejada, da razón de ser del rumor en la mente del ser humano.

#### **2.4.1 Ley básica del rumor**

Para Allport y Postman, el rumor se da debido a una ley básica, donde los elementos que priman son la importancia y la ambigüedad, para descifrar estas condiciones propone una fórmula cuantitativa traducida en palabras:

La cantidad del rumor circulante variará con la importancia del asunto para los individuos afectados, *multiplicada* por la ambigüedad de la prueba o testimonio tocante a dicho asunto. La relación entre importancia y ambigüedad no es aditiva sino multiplicativa, puesto que con importancia o ambigüedad igual a cero, *no* hay rumor (op. cit.: 16)

Así, mientras sea mayor la importancia de un acontecimiento para un grupo determinado, mayor será para ellos la necesidad de informarse sobre el asunto en cuestión y crecerá la fuerza con la que se buscará información.

Si la información que se reciba es ambigua, o se genera en un cierto principio mínimo de incertidumbre, el rumor se generará como un mecanismo de sustitución de fuentes de información. Y viceversa, mientras mayor sea el grado de importancia debido a la ambigüedad o a la incertidumbre, mayor producción de rumores se generará en el grupo afectado.

“La ambigüedad, por sí sola, no es bastante para lanzar a la circulación un rumor y sostenerlo” (deux), quienes están más preparados, no necesariamente a nivel intelectual o académico, sino más informados son menos propensos a caer en el rumor, sin embargo, el secreto que poseen unos pocos crea mayor ambigüedad en asuntos que involucran a todos.

Ahora, podemos mencionar excepciones a la norma; si el receptor es advertido, la ley puede volverse ineficaz, ya que cuando el funcionamiento de dicha ley es de carácter público –su operatividad- se le puede dar una mínima importancia “la persona advertida de las triquiñuelas de los rumores, que comprende cuánto más fácilmente es capaz de creer y pasar un rumor



dándose las dos condiciones de importancia y ambigüedad ya citadas, será por esa misma razón menos susceptible a ellos” (Allport, G, 1973: 17).

Ya explicadas las condiciones en las que se presentan los rumores (importancia y ambigüedad), abordaremos los motivos psicológicos para la circulación de rumores, ya que parten de necesidades humanas tales como la ansiedad y el miedo cuando se presentan situaciones macabras.

“O la esperanza y el deseo al referirnos a los presagios de amor o tal vez el odio al permitírsele a uno agraviar al objeto odiado logra *aliviar* un impulso primario. Mas al propio tiempo –en el mismo instante- le sirve para *justificarse*... el rumor se coloca sobre una base racional en tanto descarga una pasión” (Op. cit.: 19).

Otra forma para justificar la existencia del rumor se genera por la presión ejecutada por los impulsos propios del individuo.

Buscamos continuamente extraer significado del ambiente que nos rodea. Hay, pues, presión intelectual aparejada a la emocional. Hallar una razón plausible para una situación confusa es en sí un motivo; y de este perseguimiento de una “buena conclusión” (aún faltando el factor personal) contribuye a demostrar la vitalidad que anima a muchos rumores (deux).

A lo largo de la historia el ser humano sigue buscando respuestas, razones de la vida y por tanta confusión y variedad de dicha información -falsa en muchos casos- creemos lo que nos satisface, creemos lo que llena nuestras expectativas ante la incertidumbre y hasta creemos que lo que sabemos es falso, con tal de llenar nuestras preguntas. “los rumores suelen descargar la tensión emocional inmediata al proveer una salida verbal capaz de traer alivio” (op. cit.: 20).

## **2.5 Motivos principales para la generación de rumores**

Las motivaciones que generan rumores y veremos a continuación, se incrustan en los estados anímicos o emocionales del ser humano, así como el ambiente social que rodea su cotidianidad; uno de los principales estados anímicos es lo que; en términos psicológicos, se denominan *proyecciones* y es en los sueños donde se producen con mayor expresión, donde con la imaginación se proyectan los deseos más íntimos, los temores reprimidos y otros factores que un individuo en sus cinco sentidos no los puede explotar.

También participan de este fenómeno los ensueños y divagaciones, que a decir de Allport y Postman: “en estado de vigilia participan así mismo del fenómeno de la proyección.

Arrellanados en su sillón dejamos que nuestra mente cree acontecimientos cristalizados de esperanzas, deseos, temores” (Allport, G, 1973: 21)

El rumor se relaciona con estas proyecciones (divagación y ensueño) debido en gran medida a la satisfacción que trae consigo el escuchar lo que el individuo quiere; en los sueños, la mente puede divagar con la imaginación pero en estado pasivo mientras que (...)”si la especie que oímos nos proporciona una interpretación caprichosa de la realidad que sea agradable para nuestra vida secreta, nos inclinamos a creerla y transmitirla” (deux).

Los fenómenos de la proyección obedecen también a otros factores anímicos como el odio, la culpa o el rencor al prójimo, en el cual, se deposita todo el resentimiento acumulado por estos factores, Si el compañero de trabajo, quien es ascendido en la organización, aún teniendo menor preparación académica que “yo” resulta más propenso a obtener rumores de mi parte al igual que la base estructural de la organización.

En conclusión, cuando creemos lo peor, respecto de otros, estamos tratando de huir de nuestra conciencia acusadora. “Si nos hacemos cargo de nuestro pecado, entonces es menor la susceptibilidad del rumor” (op. cit.: 24).

En reciprocidad, están los factores subjetivos, aquellos que los seres humanos íntimamente esperan o piensan que puede suceder “la gente fortalecerá sus deseos con falsas creencias “racionalizará”, “proyectará” y hará correr falsos rumores, solamente en proporción a la ambigüedad del asunto y la importancia que para ellos revista” (op. cit.: 27).

El individuo desinformado o mal informado sigue al colectivo, intenta adquirir datos verídicos del común denominador en el conglomerado al que pertenece, saca sus propias conclusiones aun sabiendo que puede estar equivocado. Lo que en él influye son sus deseos y anhelos subjetivos.

Todos estos factores, anímicos o ambientales que mueven la transmisión y creencia de los rumores, no pueden ser generalizados bajo los parámetros antes citados. Es posible que los motivos que generan sean más simples de lo que parece, quien pasa el rumor puede tan solo buscar atraer la atención. “Poseo información que ustedes no”

El estar momentáneamente en boca de todos por saber algo que el resto no sabe, puede también ocasionar la generación de rumores, o su contraparte; el individuo quien carece de simpatía hacia el resto y que su único deseo es ser tomado en cuenta por un momento, es otro factor que puede desencadenar rumores.

Sea el motivo que fuere, densamente anímico, racional o un simple pasatiempo, el último factor psicológico que genera el rumor es la expectativa; sobretodo, cuando un acontecimiento es tan anhelado por el grupo que depende de él y, como efecto de esa expectativa, resulta la anticipación, que como todo ser humano se precipita al final, es presa fácil de los rumores.

Sin embargo, no es posible teorizar directamente el tema del rumor sin comprender también la cotidianidad de los sujetos sociales en la sociedad y sus instituciones, para ello se expondrá brevemente el funcionamiento lógico de las organizaciones y la comunicación interna dentro de ellas.

## **2.6 Influencia del rumor entre sujetos de las organizaciones**

“El rumor es una información sin verificación que proviene de una fuente desconocida y que se difunde en el sistema social fundamentalmente por canales directos de tipo interpersonal” (Muriel, 1980: 233). Por lo general, dicha información se puede generar por acontecimientos en los cuales existe un alto grado de involucramiento por parte de los componentes individuales del sistema social en el que se difunde y sobre el cual se tiene poca o ninguna información o la existente es insuficiente.

Junto con las comunicaciones que dentro de la organización son denominadas convencionales como la publicidad, la propaganda, las relaciones públicas o la comunicación interpersonal, coexisten las denominadas manifestaciones informales, caracterizadas por la espontaneidad y la independencia de cualquier mecanismo formal que establezca la propia organización (Mazo, 2006: 492).

Las organizaciones, desde un punto de vista empresarial, están constituidas por personas que interactúan de una manera mutua, duradera y específica, agrupadas para conseguir un determinado fin en el campo de la producción y distribución de bienes y servicios escasos y, sobre todo, un orden compartido.

Si ese orden ya no es mutuo o compartido, se destruye la organización y sus efectos pueden ser los rumores.

(...) abordando el plano formal a partir de la organización direccional, pero superpuesto por una organización informal. La cual es más personal que jerárquica, en la que priman lazos espontáneos de naturaleza afectiva, coexistente con una organización en la que se intenta satisfacer necesidades individuales, además, en la que no puede dejar de tomar en cuenta el influjo del sistema estratificador de la sociedad (Muriel, 1999:102).

Se destaca entonces, que toda posibilidad de exclusión individual en la organización desaparece para formar parte de un colectivo emprendedor, guiados por un hilo conductor normativo que proporciona beneficios y deberes cuando los integrantes de una organización se encuentran en estado individual.

En efecto, la problemática del rumor en este caso en particular, se desenvuelve en el contexto de la comunicación organizacional, a partir de la cual se desarrollará el siguiente análisis. El rumor no respeta estructuras formales de organización y se produce siguiendo unas redes de comunicación que no coinciden con las establecidas por la organización formal o el organigrama de la empresa, como es el ejemplo de Cronix.

La organización entendida desde un sentido clásico, implica ahondar desde el punto de vista contextual, la existencia de un espacio común, compartido por trabajadores que se relacionan y comunican entre sí de forma cotidiana para poder precisar con mayor riqueza las características que rodean, en torno al rumor

Los rumores se producen diariamente como fruto de las relaciones cotidianas entre los individuos de un determinado grupo. Las situaciones de confusión, conflictos o crisis determinan la construcción de rumores al igual que los secretismos o la ocultación de información al alcance de unos pocos privilegiados.

La empresa es un lugar privilegiado para el secreto, lo cual no hace más que aumentar el número de rumores... Es un espacio social de tensiones, en pleno conflicto de intereses, en la pérdida de capacidad para controlar el futuro, el trabajador experimenta un sentimiento de desequilibrio y proporciona un objeto preciso donde polarizar sus atenciones (Kapferer, J.N, 1989: 189).

Para este autor, el rumor se convierte en un instrumento de contrapoder útil para movilizar la resistencia. Sin embargo, tratando de analizar las causas de su formación llega a la conclusión de que las organizaciones, si bien controlan sus comunicaciones con el exterior, están desprovistas en gran medida de instrumentos de comunicación interna, lo cual desencadena en la transmisión de rumores.

Frente a la creencia generalizada de que, es imprescindible erradicar los rumores tanto por parte de técnicos y profesionales del mundo de la comunicación como por los dirigentes de diferentes organizaciones, se debería demostrar que es una forma de comunicación imposible de suprimir. No solo no se puede prescindir de él, sino que se debería aprovechar su funcionamiento para reforzar la cultura dentro de las organizaciones.

Existen disciplinas y ciencias exactas que generan estudios e investigaciones rigurosas y vastas acerca de las organizaciones, pero sobre todo es importante la colaboración de las ciencias sociales en estudios de organizaciones multinacionales no necesariamente inmersas en la comunicación.

Al respecto se expresa Muriel, a manera de ejemplo pero muy acertado, “en ciencias como la economía ha crecido de modo impresionante el aporte de la psicología y la sociología por mencionar algunos, que se interesan en la conducta de los individuos de una manera racional” (Muriel, 1999: 103).

La participación de la comunicación en el desarrollo de las organizaciones parece imprescindible y básico, puesto que se requiere de una inmersión inicial con los individuos, una apertura para obtener los beneficios organizacionales y que mejor que con el discurso, cualquier manera de expresión; entonces resulta lógico incluir el tema comunicativo en estudios organizativos con el fin de generar el conocimiento adecuado para su correcto uso y evitar la desinformación y los rumores en el colectivo.

Sobre la importancia de generar estudios añade Fuentes

El estudio de la comunicación organizacional ha evolucionado en cierta medida a esta dinámica de cambio; nuevas formas de gestión de la comunicación se presentan y se adoptan a estos requerimientos sin embargo, las innumerables necesidades de intervención en las organizaciones hace que estos estudios sean escasos, por tal motivo, desde la academia se deben generar procesos de investigación (universidades – empresa) para delinear el actuar cultural frente al cambio y como la comunicación interviene en estos procesos (Fuentes, 2001: 41).

La contribución teórica apoya a que la sociedad pueda tener una lectura crítica sobre la realidad y a la vez tener la facilidad de ordenarla y sistematizar sus procesos.

## **2.7 Teorías de las organizaciones**

Este campo está centrado a la organización del trabajo o como se ha precisado más recientemente y con más amplitud en la conducta organizativa (*organizational behavior*). En la evolución de los estudios en este nuevo campo hay cierto acuerdo de considerar tres grandes modelos teóricos generales de referencia: La Escuela Clásica, La Escuela De Relaciones Humanas y La Escuela Sistémica (Muriel, 1999:103).

A estas escuela, Muriel los asocia con un común denominador que es la racionalidad del individuo como elemento dominante de la actividad humana y por tanto, como componente para la organización del trabajo, eliminando la retórica concepción de ver al individuo como meros productos de riqueza material para la organización, bajo la normativa jerárquica de la empresa.

En la Escuela Clásica de la organización del trabajo, aparecida ante las iniciales necesidades de interpretación de una sociedad industrial, ya asentada a principios de siglo en Norteamérica y en muchos países europeos se ha destacado la Teoría de la Burocracia de Weber, la Teoría de la Investigación Científica del Trabajo de Taylor y la Teoría de Organización Formal de Fayol. Todos ellos consideran la racionalidad del individuo como elemento dominante de la actividad humana y por tanto, como elemento básico de la organización del trabajo, reduciendo en buena parte su concepción del hombre a la de *homo exonomicus* con sentido muy individualista de su acción (Muriel, 1999:104).

Otro modelo referencial dentro de esta teoría y que incorpora un término hasta ahora utilizado es la Teoría de la Relaciones Humanas, sobreponiéndose a la anticuada representación del individuo como elemento productor de riqueza material, involucrándolos en la sociedad como integradores de la organización y sobre todo, en la búsqueda por realizarse. Respecto de este modelo Muriel dice:

Se intenta superar el reduccionismo economicista y tecnicista de las Teorías Clásicas con la consideración del sujeto productivo como ser social, *homo sociales*, incluso de persona que busca realizarse en las tareas que ejecuta. De todas formas, su preocupación excesiva por la productividad, la no consideración del carácter esencial del conflicto de las organizaciones y la ideología general que la contamina, ciertamente empresarial, aunque benevolente para los trabajadores, hacen que los trabajos realizados tengan una utilidad relativa a lo que es lo mismo, una cierta falta de generalidad... La preocupación por la integración e incluso participación de todos los trabajadores en la organización, se encuentra ciertamente en esquemas manejados en esta línea de pensamiento (op. cit.:111).

Cómo último modelo en la teoría de las organizaciones se ubican las teorías sistemáticas; la misma que involucra al individuo para acoplarse y ser miembro de la organización añadiendo un factor determinante que es la comunicación, elementos clave para introducir al individuo en un campo complejo dentro de la organización.

## **2.8 De la comunicación institucional a la organizacional**

Conocida hasta hace poco como comunicación institucional, en las últimas décadas la comunicación organizacional tuvo un gran avance en su área de gestión ya que ante los niveles competitivos entre las grandes industrias, fue necesario incorporar una nueva forma de gerencia y de administración.

Es importante tomar un contexto histórico, desde cuando la comunicación institucional es entendida como un ente productivo en la empresa. Tradicionalmente y posterior a la Revolución Industrial siglo XIX, debido al constante distanciamiento entre el patrón y sus obreros, el productor y sus consumidores, el crecimiento de las poblaciones en las grandes ciudades y la exclusión socioeconómica de grupos de poder, dio lugar a la búsqueda de objetivos lucrativos

por parte de la empresa privada, que desvincula a la comunicación en general y sus públicos inmediatos.

En resumen, es lo que María Luisa Muriel en su texto *Comunicación Social: Enfoque Social de Relaciones Humanas*, detecta como el inicio de la comunicación institucional, término antes abordado por las Relaciones Públicas, por el grado de intercambio entre la institución y sus públicos.

Resulta una preocupación por parte del equipo director y administrador de las empresas e instituciones públicas por recuperar la confianza de sus públicos internos en este caso, quienes representan la imagen directa de la empresa ante la sociedad.

(...) Las consecuencias de este tipo de actitudes no se hicieron esperar. La falta casi absoluta de comunicación entre las organizaciones y sus públicos trajo como consecuencia graves inconvenientes. Por una parte, los clientes comenzaron a organizarse y ejercer presión sobre los gobiernos para que controlaran a las empresas. Por otra parte, los trabajadores sintiéndose explotados organizaron huelgas que perjudicaban a las empresas y de paso a los consumidores que tenían que sufrir la escasez de productos, lo que traía consigo la elevación de precios (Muriel, 1980: 25).

Por la presión ejercida sobre todo de parte de los públicos en relación con la institución, se crea una conciencia empresarial que dirijan sus estrategias de salvamiento en la comunicación con el fin de cubrir las abismales brechas de interrelación en las instituciones con sus públicos más aún los gubernamentales.

En el informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna que ha sido preparado para la UNESCO se señala que “este tipo de comunicación (la institucional) está progresando hoy a un ritmo creciente. Obedece, sin duda, a la hiperorganización y en gran medida a la estratificación que se manifiesta en todo el mundo en diversos grados (op. cit.: 23).

La organización se concibe como una unidad estructural, que existe en el nivel social interno, la cual enfatiza una acción deliberada y racional de los individuos como todos los sistemas sociales, las organizaciones se originan a partir de condiciones que crean demandas o necesidades a nivel individual, grupal o institucional.

En este trabajo se incluye a la comunicación institucional como ente regulador, organizador o mediador entre los principales involucrados, las instituciones, los gobiernos y sus públicos, a resolver diferencias para relacionarse mutuamente con el fin común de facilitar el crecimiento y desarrollo de la sociedad y sobre todo de quienes la integran.

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el equilibrio de la institución.

Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos miembros, se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo específico.

El informe (UNESCO) define a la comunicación institucional como “el sistema de intercambio de datos, informaciones, ideas y conocimientos que se establecen entre las instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, por un lado, y su público real y virtual, por el otro” (Unesco, en Muriel, 1980: 23).

El término comunicación organizacional reemplaza en el área empresarial a la comunicación institucional ya que sus conceptos son bastantes jerárquicos y piramidales y su evolución se debe a los cambios globales, la velocidad tecnológica, los cambios en la gestión del talento humano entre otras, obliga a los Estados y a los seres humanos a adaptarse y ser flexibles a su entorno social

Es decir, la comunicación se deslinda de alguna manera al análisis de medios y recepción y las instituciones públicas. Las empresas vieron la necesidad de generar acciones internas y externas que permitan manejar objetivamente a sus públicos “La comunicación dejó de ser monopolio de los medios de comunicación masivas y gobiernos en cuanto a la responsabilidad de entregar información a sus públicos; la empresa asumió ese rol que siempre le perteneció” (Rodríguez, 2008: 19).

La comunicación (como el acto de poner en *común*) es esencial en el desarrollo de cualquier interacción humana. Si esto se lleva al campo laboral, entonces este “poner en común” debe dar como resultante que los mensajes emitidos sean leídos o escuchados con un mínimo de distorsión, produciendo un resultado más eficiente y lejano (Rodríguez. 2008: 20).

Las organizaciones e industrias modernas visualizan la necesidad de invertir en la comunicación no sólo para optimizar las jornadas laborales sino para implementar una imagen pública exitosa. “la información es poder y, efectivamente, lo es, porque quien no la posee, le falta algo (se encuentra en inferioridad de condiciones); y es que sin ella no estamos enteros; por eso, cuando la recibimos, decimos que nos enteramos” (Op. cit: 27).

Siendo la información el eje central de *quién tiene el poder de decir*, la comunicación toma un rol jerárquico no sólo desde sus raíces culturales y contextuales que involucra a la construcción de cada ser humano. “Información no es solo una medida de la organización, es también la organización en sí, ligada al principio de orden, esto es, a lo organizado (considerado como resultado) y al organizante (considerado como proceso)” (Rodríguez, 2008:30). Si se genera un óptimo flujo de información, las organizaciones podrán crecer sustancialmente a través de la integración.



La comunicación organizacional tiene diferentes tipos que, según Verónica Rodríguez Rowe, se definen de la siguiente manera:

- La comunicación unidireccional descendente permite mantener una distancia entre el directivo y el trabajador, que si bien es una suerte de escudo protector frente a objeciones y críticas a sus órdenes, representa un obstáculo para el feed – back o retroalimentación
- En el plano de comunicación ascendente, las actitudes prejuiciosas o de desconfianza de los superiores hacia los trabajadores producen bloqueos en el proceso
- El sistema de motivación establecido en la organización puede alterar el contenido de la comunicación ascendente. Esto porque, indirectamente, se incentivan las informaciones positivas sobre la labor efectuada y se ignoran o sancionan las quejas, y el trabajo llevado a cabo óptimamente
- Pocas veces las críticas se plantean abierta y formalmente por los canales establecidos para ello. Quizás por carencia de una cultura participativa, desconfianza en los directivos o temor a represalias, las críticas a la acción de la empresa, por parte de los trabajadores, tienden a formularse entre partes. (Rodríguez, 2008: 56).

Las formas en que se puede comprender a la comunicación organizacional permiten evidenciar los diferentes comportamientos que los asesores y gerentes mantienen de acuerdo a sus sistemas de control y las relaciones de cercanía–compañerismo que guiarán toda la rutina diaria de los colaboradores.

Es así, que algunas de las actividades que se realizan son consideradas acciones comunicativas directamente como por ejemplo: las estrategias grupales de motivación, retroalimentación y conocimiento empresarial.

La comunicación es una inversión y una pieza fundamental para hacer de una organización líder en su área de gestión, su buen manejo permite un reconocimiento público que beneficiará a la empresa potencialmente.

Los lineamientos discursivos permitirán ordenar y garantizar que los colaboradores asuman un sentido de responsabilidad primordial para el buen desempeño laboral.

La comunicación empresarial no puede ser sino estratégica. El uso que hoy se hace de la Comunicología pone en evidencia sus propiedades importantes y únicas; su potencia estratégica, su naturaleza vectorial y su función táctica e instrumental. Todo en uno (Costa, 2009: 40).

A la comunicación se la debe entender como una herramienta organizacional, ya que su función es generar estrategias que dominen el mercado y que permitan una lectura positiva en la sociedad, pero y sobre todo, que involucren a sus principales actores, quienes son los colaboradores dentro de la organización y su desenvolvimiento comunicacional interno dentro de ella.

## **2.9 Comunicación Interna**

El eje central de una organización es la comunicación y la capacidad estratégica de comandar los públicos internos. El saber manejar los flujos de información permite una lectura de mensajes a través de procesos que eviten los vacíos y que utilicen efectivamente el espacio y el tiempo y, minimicen el esparcimiento de rumores.

El sistema de comunicaciones a nivel interno comprende las comunicaciones de tipo formal e informal. Las formales se constituyen por el conjunto de vías o canales establecidos por donde circula el flujo de información, relativo al trabajo entre las diversas poblaciones de la empresa; tiene como objetivo lograr la coordinación eficiente de todas las actividades distribuidas en la estructura de la organización; éstas se regulan en las cartas y manuales de la organización (Guisasola, 2003:18).

“Las comunicaciones informales constituyen un conjunto de interrelaciones espontáneas basadas en referencias y aversiones de los empleados independientemente del cargo” (op. cit.: 20). En este tipo de comunicación la información que se transmite puede tener relación con las actividades de la institución o a la vez puede no tenerla.

El flujo de la información circula por los canales abiertos de la empresa, el compartir la información con todos los miembros de la organización tiene como fin, que todos estén informados de lo que deben y desean hacer, es una manera de fomentar la participación, la identidad y el sentido de pertenencia, de esta manera, el ambiente laboral sea más favorable para el bienestar de la organización y se evite el esparcimiento de información malintencionada como son los rumores

La comunicación formal e informal son complemento una de la otra y están relacionadas entre sí para el mejoramiento continuo de la organización en el ámbito de las comunicaciones; es decir que dentro de ella no existe ninguna frontera. Por último se puede decir que la comunicación formal e informal, tiene como fin el enviar una serie de mensajes en la que se asegura una difusión adecuada por los procedimientos estimulados en la organización, estos mensajes suelen llevar implícitos los objetivos y políticas que se manejan dentro de la organización. (op. cit.:10).

“La tarea del Director de Comunicación Interna o de Relaciones Públicas no es acabar con los rumores, sino evitar las situaciones que pueden dar lugar a ellos “(Kapferer, J.N: 1989: 193). Mientras el rumor es uno de los aspectos menos estudiados de la comunicación interpersonal en las organizaciones, es uno de los principales focos de preocupación para la Dirección de estos y el canal de difusión por el cual se distribuye.

### **2.9.1 Medio o canal de comunicación**

Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se

expresa, se comunica. Son los recursos o instrumentos que utiliza el ser humano para transmitir un mensaje.

En términos de Marshall McLuhan, los medios de comunicación son extensiones del ser humano, “McLuhan se refería a los medios de comunicación como agentes que hacen que algo suceda y no como agentes de conciencia, como sistemas similares a las carreteras y los canales” (McLuhan, 1998: 123).

Son los instrumentos que posibilitan el proceso comunicativo. A pesar de que tradicionalmente sea mencionado para referirse a los medios masivos de comunicación, son medios de comunicación son los rumores, tanto como la radio y la televisión, siendo el primero forma de comunicación verbal y audiovisual los segundos (deux).

Parafraseando la expresión del El Príncipe de Maquiavelo “El fin justifica los medios”, se intentará relacionar *al fin* como el mensaje, el mismo que debe llegar con la mejor calidad posible a todo su público objetivo y, *al medio*, como el canal de difusión. Si uno de estos, falla el contenido no tiene razón de ser y es necesario replantear las opciones de emisión. En este caso nos concentraremos en el medio o canal de difusión interno para las instituciones.

En la labor de comunicación institucional debe tratarse de establecer contacto con los públicos a través de los canales más directos disponibles y solo cuando esto resulte muy complicado o muy costoso se les sustituirá por otros medios menos directos, cuya efectividad se calcula comparándolos con la situación del personal. (Muriel, 1980: 218)

La sugerencia es razonable, en medios electrónicos los costos pueden ser altos y de ser utilizados de una manera errónea, pueden no lograr su cometido que es el de informar o comunicar a sus públicos internos en este caso o, peor aún, hacerlo de una manera ilegítima provocando desinformación a sus perceptores.

Mientras que, los canales directos, por su lineamiento de persona a persona, pueden tener mayor eficacia ya que provienen desde el mismo emisor que en este caso es la fuente. El problema radica por la aparición de terceros, quienes pueden ocasionar ruidos o rumores.

La desconexión personal y la falta de relación directa entre los trabajadores de una misma organización provoca problemas de comunicación e identidad, llega a los extremos del desconocimiento mutuo; gracias también, a los procesos de desinformación e inestabilidad comunicacional dentro de las organizaciones en especial por parte de quienes poseen la información verídica e intentan aprovecharla para beneficio de pocos.

## 2.10 Actores de opinión

En un nivel no menos importante se ubican los actores o líderes de la opinión, quienes poseen la capacidad; bajo la autorización o no del organigrama de la empresa, de difundir la información que en ésta se presenta. Para el caso nos centraremos en quienes ejercen su influencia dentro de la organización, capaces sobre muchos, de generar rumores y regarlos de una manera tal vez descontrolada.

El liderazgo de opinión consiste en la habilidad de influir en las opiniones de otros en una forma deseada y de manera consistente (...) los líderes de opinión ejercen su influencia tanto en situaciones formales como informales y pueden hacerlo consciente o inconscientemente (...) el líder puede ejercer influencia sobre los demás en una determinada área o tema (monoforme) o puede ejercer su influencia en muchas áreas o temas (poliforme) (Muriel, 1980: 231).

En el rango de la comunicación informal dentro de la organización, el sustituto del canal de comunicación interno es el o los actores de opinión, quienes sin gafete ni estatus de serlo, irrumpen en la cotidianidad informacional de sus colegas de trabajo.

En este caso, dentro de Cronix, quienes manipulan a dichos actores de opinión se ubican en el área directiva de la empresa, pero quienes proliferan la información a manera de rumores, son colaboradores sin un cargo de alta jerarquía, entonces, el área administrativa crea los rumores y los colaboradores los emiten.

Uno de sus aparentes beneficios está en obtener información de primera mano aunque no sea la oficial, su tarea consiente o no, es regar lo que en su poder poseen. Sus receptores muchas veces obligados a percibir de sus datos, dan como hecho y es entonces cuando se generan contratiempos al momento de difundir la verdad de manos oficiales y sobre todo, eliminar los rumores de pasillo.

La institución, al hacer propositivos sus procesos de comunicación, diseña mensajes y los difunde a través de diversos medios de comunicación con la intención de producir ciertos efectos predeterminados y directos entre sus receptores. Sin embargo, el impacto de estos mensajes muchas veces se ve mediatizado por la influencia que cobren sus receptores. Ven los mensajes de estas personas a las que perciben como fuentes relevantes y con una alta credibilidad acerca del tema del mensaje; o sea, los líderes de opinión (op. cit.: 231).

Los líderes de opinión son de interés para la institución porque suelen ejercer una influencia importante sobre sus públicos, y cuando la organización se nutre de ellos para sus fines, se genera una mediatización de estos personajes o de sus públicos.

### 2.10.1 Características de los actores de la opinión

Una de sus principales características depende del carisma que ejercen sobre otros, influye mucho la apariencia, pero aún más el desenvolvimiento comunicacional, se podría decir que están más informados que los representantes administrativos, se integran de una manera más eficaz en los grupos internos.

Su simpatía no se queda tan solo en los niveles operativos de la empresa si pertenece a esta área, ya que muchas veces son los directivos quienes ejercen la tarea de informantes o líderes de opinión. De no ser así, su simpatía llega a los escalones jerárquicos más altos del organigrama y es privilegiado en obtener información, sobre temas relevantes para su público. Por ende, muy capaces de generar rumores.

Por su simpatía y carisma, sus beneficios pueden ser amplios, la relación con todos los integrantes de la estructura laboral y sus públicos, los convierte en mediadores de la comunicación. La mediación de los líderes de opinión se da en varios sentidos:

- En ocasiones se constituyen en una fuente intermedia de comunicación entre la institución y sus públicos, esto ocurre sobre todo cuando los mensajes llegan a los líderes a través de algún medio directo o colectivo de comunicación y ellos se encargan de difundirlo o retransmitirlo al resto de los receptores.
- A veces la recepción del mensaje ocurre de manera simultánea, es decir, los líderes y sus seguidores reciben el mensaje al mismo tiempo y a través de cualquier medio, comentándolo luego juntos y ejerciendo así los primeros su influencia sobre los segundos.
- En otros casos, los receptores del mensaje son quienes, acuden al líder o líderes para pedir su opinión o comentario acerca del mismo (Muriel, 1980: 230-231).

Sin embargo, es probable que el origen del liderazgo se encuentre, más que en las características de los líderes, en su accesibilidad, en que se les percibe como competentes (aunque no mucho más competentes que sus seguidores) y en que se conforman con las normas del sistema.

Para muchos, estos personajes pueden ejercer credibilidad o simpatía, sin embargo, no todos pueden apreciar estos rasgos de personalidad; la contraparte puede causar apatía en quienes no se conforman con el sistema, pueden ser tachados de -lame botas del patrón- y aunque en ciertos casos lo sean, su generalidad no varía, son informantes e incluso generadores de rumores.

Si la institución logra afectar favorablemente a los líderes de opinión a través de sus mensajes, logrará que estos ejerzan su influencia facilitando el impacto de los mensajes de la institución. Si por el contrario, ésta no logra afectarlos de manera favorable, los líderes podrán ejercer su influencia obstaculizando el impacto de los mensajes en todos aquellos individuos o grupos que les siguen y sobre los cuales ejercen influencia (Op. cit: 232).

En efecto, el hecho que posean las características antes citadas frente a sus públicos, no siempre quiere decir que estén de acuerdo con la toma de decisiones desde los niveles altos de la organización, es posible utilizarlos como negociadores pero también como líderes para la creación de huelgas por ejemplo. Estos personajes son multiusos por decirlo de alguna manera, por ende, su capacidad debe ser aprovechada para la construcción antes que para la destrucción.

Es importante que la institución se preocupe por identificar, a través de proyectos de investigación, a los líderes más notorios de sus diversos públicos y que diseñe sus mensajes tomándolos en cuenta para impactarlos favorablemente y aprovechar la influencia que pueden ejercer sobre sus seguidores (Muriel, 1980: 233).

Cuando se cree lo peor respecto de otros, se trata de huir de la propia conciencia acusadora. Al hacerse el ser humano cargo de su propio pecado, entonces es menor el grado de susceptibilidad al rumor

En conclusión, los rumores tienen varios actores, como hemos visto en este capítulo, sus intenciones se deben a varios factores de la cotidianidad del ser humano y su entorno, para finalizar este trabajo, nos centraremos en un análisis etnográfico de caso, sobre las causas y efectos que logra desencadenar los rumores en el área de call center de la empresa Cronix y su personal, para eso le daremos un capítulo entero.

# CAPÍTULO III

## **ETNOGRAFÍA DEL RUMOR EN CRONIX**

### **3.1 Introducción**

Ya revisados los aspectos teóricos de estructura y sistematización sobre la generación de rumores en el individuo, las necesidades psico-sociales, históricas sobre la producción de rumores, es necesario realizar un análisis etnográfico en la empresa Cronix.

El interés, es recuperar el sentido original sobre la definición conceptual de comunicación aportando datos reales de la cotidianidad de los colaboradores de la empresa, en convivencia con el rumor. Y destruir ese modelo mecanicista de emisor-mensaje-receptor, sobre todo en el grupo objetivo perteneciente a la empresa Cronix, lo que requiere de una reivindicación humana ante los sectores dominantes de la organización, para evitar la exclusión comunicacional de colaboradores.

Para ello, se partirá desde un análisis cronológico e histórico de la organización en el mercado ecuatoriano y su desenvolvimiento a nivel estructural. Las relaciones de poder que dentro de la misma ocurren, la falta de comunicación interna y por ende, la generación de los rumores entre el personal.

Debido al corto espacio para el desarrollo de este documento, no se puede transcribir toda la información recolectada, sin embargo, se redactará lo más importante en la investigación a manera de sinopsis. Antes, es necesario incluir una breve reseña de la empresa, así como sus políticas internas y el funcionamiento de la comunicación dentro de la misma.

### **3.2 Reseña funcional de Cronix**

Cronix es una empresa que obtiene su capital de los servicios de telemercadeo y telemedicina que brinda, su mayor rubro está en la mano de obra de sus colaboradores y por ser servicio de call center, sus mayores y únicas herramientas son el colaborador y la comunicación, intermediados por un canal (vía telefónica) pero de cualquier forma, la interacción es directa e interpersonal, brindando una solución de negocios vía call center.

El flujo de llamadas diarias en el call center es de 50,000 a 70,000, mediante un sistema **Inbound** (ingreso de llamadas), los 7 días de la semana, 365 días al año. El número de colaboradores es de 1120 repartidos en tres jornadas diarias de lunes a viernes y un número inferior los fines de semana. Del total de agentes 120 son médicos que conforman el Servicio de



Asistencia Médica Telefónica, que brinda Cronix como valor agregado para satisfacer en algo la demanda de atención médica a los afiliados al IESS (Cronix, 2010: 15).

Son 145 agentes quienes confirman las citas médicas ya agendadas, con un sistema similar al anterior llamado **Outbound** (salida de llamadas), son un número inferior de personas en relación a los colaboradores que asignan citas médicas, ya que del total de llamadas recibidas, tan solo el 11% reciben citas médicas a nivel nacional. Este personal trabaja en dos jornadas diarias su interacción es también vía telefónica o por mensaje de texto desde un teléfono móvil (deux).

Otro grupo minoritario lo representan 75 agentes que se encargan de realizar interacciones no tan frecuentes como las de agendamiento de citas. Su tarea consiste en cancelar o modificar citas, dar información general sobre la atención médica que brinda el IESS a sus afiliados y quienes otorgan soporte de unidades médicas, sistema Inbound (op. cit.: 16).

Los restantes 880 agentes son quienes agendan citas a nivel nacional. Se reparten 490 de ellos en la jornada matutina, 295 en la vespertina y 65 agentes en el horario de velada y en fines de semana y feriados una cifra menor, ya que equivale a horas extras y es opcional, con una ausencia del personal del 2.43% equivalentes a 30 agentes en el sistema Inbound (op. cit.: 18).

Estos datos resultan relevantes para el tema, ya que el trabajo que realizan los agentes de la empresa Cronix es completamente comunicacional y es necesario determinar los valores reales de llamadas que reciben o ejercen en su cotidianidad, pues resulta irónico que siendo una empresa que brinda servicios con su herramienta que es la comunicación, no tenga un Departamento de Comunicación que se encargue de este ámbito.

En cuanto a sus políticas internas, “Cronix Cia. Ltda. Proporciona servicios de call contact center con personal calificado y mejora continua de procesos que satisfagan las expectativas de nuestros clientes” (op. cit.: 3).

Sus objetivos de calidad son los siguientes:

Implementar y realizar seguimiento de métricas de cumplimiento para supervisores de contact center

Implementar y realizar seguimiento de métricas de cumplimiento para técnicos de soporte

Implementar y realizar seguimiento de precisión error fatal  
Implementar el porcentaje de satisfacción del cliente (deux).

En cuanto a su misión, “Proporcionar soluciones integrales de negocios a nuestros clientes creando valor a través de servicio de call center, manteniendo, niveles de servicio de clase mundial” (Cronix, 2010: 4). Cronix presenta a su principal cliente el IEES, una solución netamente de negocios.

Un afiliado se comunica con el agente de call center por necesidad galena, no por negociar una cita médica. A sabiendas de este factor social de servicios, lo que la organización pretende es mecanizar la atención al afiliado en lo que se refiere a la comunicación.

Por último su visión: “Ser la empresa modelo en el mercado en brindar soluciones integrales de negocios, con niveles de clase mundial, mediante políticas de mejora continua y creando valor para nuestros clientes y la sociedad” (deux). Su visión plantea el mismo lineamiento de negocios antes que social. Se pretende implantar su dispositivo discursivo sin la medida del razonamiento ni reconocimiento, sino bajo una medida de cohesión.

En este ámbito, se reduce la comunicación a una limitada transmisión de la información, correspondiente a una sociedad ideada como resultado del poder; unos pocos emisores imponiéndose a una mayoría de receptores, con rasgos tan definidos como el monólogo, la unidireccionalidad monopolizada y concentrada en las minorías verticales de la empresa.

Entonces, las políticas que Cronix mantiene, como modelo discursivo están ampliamente ligadas al poder y el control del equipo directivo ante la sumisión, el silencio y la estratificación de la mayoría de colaboradores dentro de la empresa. Los medios existentes son escasos y con resultados negativos, lo que resulta un fácil medio para la generación de rumores.

### **3.3 Metodología**

La etnografía es un método de investigación de la rama de la Antropología Social o Cultural, este método nos facilita un estudio más comprensivo, de la complejidad estructural de un hecho concreto dentro de un colectivo o de un individuo social con identidad propia. Es decir, es un estudio directo con la persona o grupo de personas a investigarse en un determinado periodo.

De este modo, el etnógrafo se ve en la necesidad de introducirse en un ambiente cultural específico y establecer un rol que le permita facilitar la recolección de la información. En este caso debe haber un grado de confianza de parte y parte y, tener claro cada una de las cosas que observa.

Realizar este estudio a través del método etnográfico tiene la ventaja de la flexibilidad, se puede elegir cómo investigar, desde cuándo, no necesitando un método drástico que muchas veces es impuesto, también que los informantes hablan por sus propias experiencias y no permiten que se distorsione sus conocimientos al criterio de los investigadores.

### **3.4 Población de estudio**

Se escogió una muestra intencionalmente seleccionada, compuesta por 10 informantes calificados, de entre más de mil doscientos colaboradores que conforman la organización. Elegidos por su conocimiento del tema y relación con el resto del personal de las tres jornadas diarias laborales en Cronix.

La selección del grupo se la realizó debido a su experiencia y antigüedad, sin determinar su nivel jerárquico. Debido a que los rumores internos atañen a todo el personal, en esta selección se tomaron en cuenta además, factores como conocimiento de la empresa, su nivel de participación en eventos públicos internos, su relación con otros departamentos jerárquicos y el personal representante de la empresa.

De las diez personas que integran este grupo, dos de ellas son supervisores con cuatro y tres años de experiencia. Ambos iniciaron como tele operadores en Cronix, con otras cuentas, pero ascendieron por sus conocimientos y antigüedad a supervisores con la cuenta del IESS. Son de los más antiguos de entre los 35 supervisores para el asignamiento de citas médicas del Seguro Social.

Otro integrante es de seguridad, tiene diez años resguardando el edificio y es el más antiguo de la empresa, después de los dueños, su nivel académico es de bachillerato, pero se lo seleccionó por la cercanía que tiene con casi todo el personal, su carisma y sobre todo, por la información extraoficial que posee de la organización.

Otro integrante representa al grupo de limpieza y mantenimiento, tiene cuatro años en la empresa y de igual manera posee los mismos atributos que el integrante de seguridad. Aunque su nivel académico llega a la primaria, no impide que su colaboración sea valiosa para el desarrollo de este trabajo.

Los seis restantes son tele operadores, dos de la jornada de la mañana, dos de la tarde y dos de la velada, cuatro de ellos son estudiantes universitarios a punto de culminar su carrera. Cabe recalcar que ninguno pretende un futuro laboral en la empresa. Mientras las dos restantes son

madres solteras, quienes dependen únicamente del dinero proveniente de su trabajo para el sostén familiar.

En fin, un grupo heterogéneo, escogidos no por fórmula matemática, sino, por sus conocimientos e información extraoficial sobre Cronix.

### **Población seleccionada**

1. José Manuel Mejía	Seguridad	10 años	Cabeza de hogar
2. María Estefanía Allan	Limpieza	4 años	Cabeza de hogar
3. Luis Fernando García	Supervisor	4 años	Estudiante
4. María Fernanda Ruiz	Supervisora	3 años	Estudiante
5. Andrés Eduardo Rosero	Tele operador	3 años	Estudiante
6. Luis Miguel Ramos	Tele operador	3 años	Estudiante
7. Mario Alejandro Cárdenas	Tele operador	3 años	Estudiante
8. Mónica Alexandra Tandazo	Tele operadora	3 años	Estudiante
9. Patricia Lorena Pérez	Tele operadora	3 años	Cabeza de hogar
10. Ángela María Pullas	Tele operadora	2 años	Cabeza de hogar

### **3.5 Técnica**

Se utiliza como técnicas de investigación: la observación participante y la entrevista a fondo. Lo que se pretende es revelar los significados que sustentan las acciones e interacciones que constituyen la realidad social del grupo estudiado. Aquello, únicamente se consigue con el contacto directo del grupo con el investigador, este último asume un papel activo en cada una de las actividades cotidianas observando lo que ocurre y pidiendo explicaciones de cada uno de los comportamientos y situaciones observadas.

Otra de las técnicas etnográficas es la recolección de la información mirando todo como un observador participante, a través de un diario de campo, para que la recolección de información tenga estructuras significativas que den razón de ser a las conductas de los individuos a estudiar.

### **3.6 Instrumentos**

Los instrumentos recomendados para el desarrollo de las técnicas en la metodología escogida son fichas y diario de campo para la observación participante, que sirve para transcribir y registrar los acontecimientos con el grupo de estudio. También se aplica la entrevista semiestructurada.

### **3.7 Procedimientos**

Los pasos seguidos en el proceso de investigación fueron bastante complejos, debido a que la recolección de datos en las fichas y diario de campo es numerosa, lo que generó dificultad al escoger la información que en este documento constará. Se optó por recoger en lo concerniente al rumor, sus objetivos y resultados más significativos a lo largo de la investigación y los pasos en la entrevista.

#### **De la entrevista a fondo**

- Creación de la entrevista
- Invitación:
  - Mediante una carta entregada personalmente a la Directora de Recursos Humanos de Cronix. Lcda. Doris Lema.
- Aceptación:
  - Entrevista agendada para el día lunes, 16 de enero de 2012. 15 horas.
- Duración de la entrevista:
  - 10 minutos 30 segundos.
- Temas significativos tratados:
  - ✓ Existencia de un Departamento de Comunicación en Cronix
  - ✓ Planes de comunicación
  - ✓ Medios de comunicación interna
  - ✓ El rumor entre el personal de Cronix
  - ✓ Causas y efectos del rumor en Cronix
  - ✓ Soluciones para sostener la difusión y aceptación de los rumores en Cronix.
- Transcripción de la entrevista
- Selección de los resultados.

### **3.8 Resultados**

A continuación se exponen los acontecimientos que dentro de la organización ocasionaron conflictos personales o de interés laboral debido a la generación de rumores con o sin fundamentos valederos y que formaron sobre todo, incertidumbre y malestar entre el personal colaborador de la empresa y, la mayoría de la población escogida los nombró, los datos y fechas son registros otorgados por el Departamento de Recursos Humanos de Cronix.

Tras dos años de investigación etnográfica dentro de Cronix y el análisis de las respuestas de los sujetos seleccionados, se logró detectar varios inconvenientes comunicacionales en la

organización, el rumor en la cotidianidad del grupo objetivo es bastante evidente ya que es concebido como el único medio no convencional para difundir o recibir información, en su mayoría oculta y, que causa los siguientes contratiempos.

### **¿Conoce usted de algún medio de comunicación interna en Cronix?**

Los informantes coincidieron en esto:

- Cronix carece de herramientas, canales o estrategias útiles y que den resultados efectivos sobre la gestión directiva en cuanto a la comunicación organizacional.
- Entre las carencias más destacadas se puede recalcar la ausencia de un departamento de comunicación, productos de comunicación interna y planes de comunicación.
- A continuación, se redactarán los canales utilizados para el flujo de información y comunicación interna y las carencias comunicacionales en la empresa.
- En la entrada a las estaciones de trabajo se ubica una sola pizarra informativa, la que es poco utilizada y no se la renueva con la periodicidad pertinente, además la información que en ella se proyecta es de poca relevancia para su cometido, al contrario, la información de verdad importante se la ubica en las paredes internas del edificio con poca visualización para el personal.
- Debido a las falencias de los productos de comunicación interna, se optó por abastecerse de medios no convencionales, generados a partir de la expresión verbal e intervino el rumor como estrategia de comunicación en la cotidianidad de los colaboradores hasta el punto de casi institucionalizarlo para abastecerse de información.
- Otro intento fallido se demostró al implementar letreros electrónicos en cada piso con información sobre la empresa y sobre las novedades que se producían a diario en los distintos dispensarios del IESS.
- El problema se produjo al no actualizar la información que en ellos se emite. Pasa hasta semanas sin actualizar lo transmitido en los letreros, generando sobre todo confusión entre el personal que a ellos accede.
- Este instrumento de comunicación interna colapsó y se lo eliminó ya que no cumple con su cometido de información interna, se encaminó hacia otros propósitos y no informaba nada en

cuanto a lo relevante de la organización, entonces la atención a dichos letreros es casi nula por el personal y su única función es la confusión además que su mantenimiento es costoso.

- Las capacitaciones se las realiza con una periodicidad bimensual a todo el personal, cabe recalcar que antes fue semanal. La relación en dichas capacitaciones es vertical aunque la comunicación es directa a manera de clase docente y dura entre 30 a 60 minutos, pero sin herramientas comunicacionales o de enseñanza prácticas para dicha tarea, mucho menos respaldos físicos a los capacitados, lo que conlleva al frágil olvido e incluso a la generación de rumores a quienes no asistieron.
- La comunicación más eficiente como medio de comunicación interna es el correo electrónico de la intranet gracias a la inmediatez y retroalimentación que brinda la web.
- Desde cualquier departamento de Cronix se envían correos colectivos o personalizados únicamente al personal administrativo y quienes reparten la información son los supervisores de una manera directa a los agentes.
- El riesgo ocurre cuando la interpretación del supervisor sobre el mensaje emitido es errónea, existe la posibilidad que el mensaje no se lo emita en su texto original y posibilite la generación de rumores ya que el documento primario es secreto y no al alcance del personal operativo de la empresa.
- Cuando el mensaje recorre de manera indirecta de una persona a otra y luego a un tercero de voz en voz es posible que dicho mensaje, posible generador de rumores pueda ser manipulado y reenviado a quienes no lo entendieron, con ruidos o fallas, generando una serie de incertidumbres a quienes perciben el mensaje.
- La función de monitoreo de medios se la realiza únicamente para medios impresos nacionales y locales, no hay equipos para los audiovisuales.
- El asistente de prensa de Cronix lee los tabloides, recorta y archiva las notas de interés y las envía hacia la gerencia, de donde vuelven sin ningún análisis coyuntural como es la razón de ser del monitoreo de medios.
- Otras carencias que presenta Cronix, son estudios investigativos de ninguna índole, lo cual dificulta extraer información al alcance del personal y dificulta aún más colaborar con

estudios nuevos acerca de problemáticas internas como el trabajo en cuestión sobre la comunicación organizacional y sobre todo, el desempeño laboral en cotidianidad con el rumor.

- El equipo técnico es de primer orden, los programas provienen directamente de fabricantes internacionales con el fin de evitar congestión de llamadas y, el personal que se encarga de salvaguardar el área de sistemas es numeroso y atiende también 24 horas al día y las renovaciones son constantes.
- Toda la inversión tecnológica es distribuida para el área de call center, en especial lo referente a hardware y software. Sin embargo, la falencia técnica se evidencia en el resto de áreas como el dispensario médico interno o sobre la comunicación organizacional, los únicos equipos técnicos no dan resultados positivos.
- Se llega al punto de casi institucionalizar al rumor como único medio para la comunicación o información entre el personal de Cronix, saliendo a la luz unos cuantos actores que conducen la información de un individuo a otro, pero que al final no llega a todos o lo hace sin una fuente que de veracidad o falsedad sobre la información emitida en los rumores.
- En definitiva, la comunicación dominante en Cronix es la interpersonal, jerárquica cuando proviene de departamentos directivos, pero en mayor medida es una comunicación que posibilita la manipulación de su contenido y puede generar rumores cuando se distribuye al personal operativo.
- En conclusión, la solución para estos contratiempos comunicacionales según los informantes, sería minimizar la negación de sujetos receptores pasivos y operantes de órdenes y aumentar el grado de participación entre los protagonistas hacia una meta de eliminar las barreras de comunicación existentes y sobre todo, para erradicar del sistema informativo al rumor como estrategia de comunicación entre los colaboradores de Cronix.

### **¿Sabe usted de la existencia de rumores en Cronix?**

La mayoría de informantes confirmaron la existencia de rumores en las instalaciones de Cronix desde su ingreso como colaborador hasta la fecha actual, y debido a la falta de fuentes o medios de comunicación interna, su divulgación es constante y muchas veces tergiversada por quienes receptan los rumores.



Son muchos ejemplos que expusieron los participantes pero por falta de espacio en este trabajo no se las puede transcribir todas, sin embargo, los rumores más emblemáticos se los redactará en líneas posteriores, añadiendo datos de la entrevista realizada a la Directora de Recursos Humanos de Cronix.

### **¿Se ha visto afectado por la difusión de rumores en Cronix?**

De igual manera, todos los informantes aceptaron que en algún momento se vieron afectados por la difusión de rumores en Cronix, llegando al punto de organizar una paralización de sus tareas en febrero de 2010, cuando su salario tardó quince días en ser depositado y devinieron rumores del término del contrato con el IESS.

Pidieron motivos e información a la dirección de Cronix por la demora sin resultados visibles, entonces al ingreso de la jornada matutina, decidieron no trabajar. Los rumores de despidos y sanciones generaron en las personas que integraron dicha paralización temores e incertidumbre por su porvenir laboral.

En efecto, varios de sus compañeros fueron separados de la empresa con amenazas de manchar su historia laboral en el Ministerio de Trabajo llamado así en ese entonces y, aceptaron voluntariamente sus renuncias en la empresa. Debido a los rumores generados antes y después de esta paralización, la afectación fue general, todo el personal temía por su estancia en la empresa y los despidos se manejaron a puertas cerradas.

### **¿Sabe la procedencia de los rumores en Cronix?**

En esta pregunta no todos estuvieron de acuerdo entre ellos, sus respuestas señalaban varios actores particulares de todas las áreas, sin embargo el común denominador en esta pregunta fue que los rumores nacían del Departamento de Recursos Humanos y su personal, debido a que es la único área de la empresa a la cual se puede ingresar sin necesidad de una cita previa.

El personal del área de Recursos Humanos son los principales generadores de los rumores en la empresa, desde sus comentarios se elaboran los más controversiales rumores sobre la cotidianidad en Cronix y los efectos son lamentables, según la población escogida.

### **¿Cuál cree que sea la solución para reducir la difusión de los rumores en Cronix?**

Las respuestas más significativas fueron:

- Que se implementara un departamento de comunicación en la empresa o, que algún representante, dé información periódica sobre las novedades dentro de la misma.
- Que la información, documentos y fuentes estén al alcance de todos, sin negación ni ocultamiento de los datos para todos los colaboradores, no solo para el personal administrativo.
- Que se instale al menos un medio de comunicación interna para la recepción de novedades cotidianas.
- Que la intranet sea para todo el personal y que las opiniones y sugerencias en la misma no sea reprimidas o castigadas.
- Que todos los departamentos y personal de la empresa sean más accesibles, se elimine la jerarquía existente.
- Que se retomen las capacitaciones semanales a todo el personal como era en un principio pero con mayor información pero con personal capacitado para el cargo.
- Que incorporen a la empresa personal como comunicadores sociales, psicólogos industriales o al menos, informantes.

Estos fueron los resultados más visibles y notorios que surgieron del análisis de sus respuestas, sin embargo el resultado general fue el malestar con la administración de la empresa por no detectar o intervenir a tiempo en la difusión y la aceptación de rumores en Cronix. Los objetivos para aceptar o difundir rumores son variados entre los sujetos dependiendo de varios factores.

### **3.9 Objetivos del rumor**

Los objetivos para la generación y aceptación de rumores entre los sujetos de la organización son variados, dependen de factores emocionales, psico-sociales, entre otros, con el fin de contrarrestar la falta de información verídica y la ocultación de fuentes dentro de la organización.

Del proceso de investigación se revela que el principal objetivo para la generación de rumores parte desde el personal colaborador de Cronix, debido a la poca o escondida información de la empresa y que sirve como estrategia del débil frente al fuerte, en respuesta a la falta de fuentes o productos comunicacionales internos.

La incapacidad estratégica para mantener al personal por parte de la empresa es mínima, es por ello que optan por mantenerlos con noticias alentadoras sobre el porvenir laboral a manera de

opinión, a partir de estas opiniones se riegan los rumores intencionalmente para que recorran los pasillos del edificio causando incertidumbre entre quienes viven con los rumores difundidos.

Las excusas por la falta de organización comunicacional, según el departamento de Recursos Humanos, de palabras de su propia directora “no hay presupuesto para dicha tarea, debido a que el IESS tarda en sus pagos mensuales”.

El objetivo principal para la generación y distribución de rumores dentro de Cronix es mantener al personal inmerso en la incertidumbre de un porvenir laboral, la necesidad económica es sin duda la herramienta política de la empresa, la carencia de fuentes de empleo conlleva a la aceptación de noticias falsas alentadoras para los colaboradores de Cronix aunque los efectos son devastadores, con el fin de mantener su puesto de trabajo.

### **3.10 Impacto del rumor en Cronix**

Los datos que se expondrán a continuación, provienen de la entrevista a la Directora de Recursos Humanos de Cronix Lcda. Doris Lema y documentos entregados el mismo día.

Lunes 3 de enero, primer día laborable del año anterior, por orden del Directorio del IESS, el personal de call center en horario de la velada debía reducirse en un 60% debido al poco control y efectividad realizada en sus labores por que no había personal administrativo quien evalúe el desempeño de este grupo de manera presencial, tan solo por informes de dos supervisores.

Varias y constantes reuniones entre ambas instituciones trataban de reducir el impacto en el personal que laboraba en esa jornada, todo a puertas cerradas. Desde al área de recepción, se regó la información a manera de opinión a los afectados, pero sin documentos o bases que den veracidad o falsedad de dichos rumores, tan solo de boca en boca.

La presión por parte del personal en general se evidenció ante las autoridades, la efectividad se redujo notablemente, el personal simplemente no se sentía seguro en la empresa y como medida de hecho, llegaron a la decisión de no atender al afiliado logrando por pocas horas el colapso del sistema hasta obtener respuestas a la incertidumbre laboral, reduciendo la producción al 0% y una serie de inconvenientes en las unidades médicas a nivel nacional.

Las respuestas de la directiva fueron negativas y los resultados lamentables, decenas de colaboradores renunciaron y otros fueron colocados en jornadas que no escogieron, todo debido a la ocultación de documentos, la ausencia de líderes de opinión, entre otros factores los que,

generaron rumores entre el personal, presión por parte de la directiva y al final sanciones irremediables.

Otro de los tantos rumores emblemáticos dentro de Cronix partió desde el asesor del Director de Recursos Humanos y se produjo cuando se anticipó al personal sobre la reducción de salarios a manera de comentario.

Cada agente de citas médicas percibía hasta agosto del año en anterior el salario básico (264 USD mensuales), con dos bonificaciones, por antigüedad y productividad, cada una del 10% en total (52.80 USD al mes), el rumor apareció cuando se opinó en una de las capacitaciones sobre la desaparición de dichas bonificaciones.

Antes de hacerse pública la información que apareció a manera de rumor, los colaboradores presionaron con estrategias como las anteriores pero en menor nivel por los efectos que produjo el rumor anterior y las amenazas ejercidas por el equipo directivo.

Cuando se confirmó el rumor, los colaboradores ya estaban anticipados y se optó por la negociación con representantes del personal operativo, aunque con resultados negativos y por ende, menor nivel de efectividad entre el personal como medida de represión ante tales atropellos.

El término legal del contrato de Cronix con el IESS, fue sin lugar a dudas el mayor espacio para la generación de rumores entre el personal de la empresa. De una fuente no oficial como es normal en el caso de los rumores generados por uno de los supervisores llegó a oídos del personal de Cronix, el fin del contrato entre ambas instituciones, ocasionando una serie de rumores sobre el porvenir de la empresa y los colaboradores, logrando gran incertidumbre entre el personal y presión hacia los directivos.

En efecto, se hizo público dicha término del contrato, pero la información sigue siendo privada. Los datos oficiales muestran que está en concurso la licitación de dicho contrato con nuevas empresas interesadas y aunque Cronix reparte palabras de aliento con el fin de estabilizar a sus colaboradores, los efectos son pesimistas.

Se rumoró que la empresa podría quebrar o que no alcanzará el dinero para liquidar a tantas personas y que las remuneraciones no serán las justas. Pero también hay rumores optimistas. Que los empleados de Cronix pertenecerán a la nómina del IESS, la empresa ganadora de la licitación se hará cargo de todo el personal, o de parte del personal o por último de nadie.

En fin, el rumor dentro de Cronix es la estrategia de comunicación casi institucionalizada para la obtención de información entre los cientos de colaboradores que a diario se enfrentan a la precariedad comunicacional y laboral en Cronix cia. Ltda.

Hasta el término de este trabajo (octubre de 2011) los rumores en las instalaciones de la empresa son constantes, la incertidumbre es general y el porvenir de los colaboradores es incierto. Las fuentes de información son inaccesibles hacia el personal y las renunciaciones se desarrollan a diario. Lo peor, dichas renunciaciones, en su mayoría son por desahucio o demanda desde el Ministerio de Relaciones Laborales más no por acuerdos entre empleado y empleador.

# CAPÍTULO IV

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 CONCLUSIONES

El rumor aparece debido a la falta de fuentes de información que den veracidad o falsedad de un tema y, un grupo carente de dicha información, son los elementos que constituyen la estructura del rumor y en el caso de la empresa Cronix y su servicio de citas médicas vía telefónica del IESS, estos elementos se relacionan con bastante frecuencia en la cotidianidad de sus colaboradores.

Todas las decisiones se tomaban a partir de un pequeño grupo directivo sin importar el área donde ocurra algún problema, no se delegaba a equipos expertos, y el asesoramiento partía de los mismos colaboradores no importando el nivel académico o experimental que posean, el asesoramiento externo era nulo.

El objetivo general planteado al inicio de este trabajo fue identificar los factores que convierten a los rumores en un medio de comunicación entre los colaboradores de la empresa Cronix, temas abordados desde la teoría en el capítulo II de este documento. Pero para el grupo objetivo se resume en lo siguiente:

Los factores esenciales parten de la ocultación de información o que está al alcance de pocos pero que generan incertidumbre o ambigüedad entre el personal que requiere datos o fuentes para contrarrestar las dudas cotidianas.

Estos elementos son la ley básica para la generación de rumores (véase subtema 2.4).

En el caso específico de Cronix, estos componentes eran cotidianos y muy aprovechados por actores sociales que pretendían la momentánea atención del grupo o mantenerlos con información tal vez falsa pero que conservaba felices a los perceptores hasta obtener la información oficial.

Otro de los objetivos fue reconocer los medios o canales utilizados para la emisión de información dentro de Cronix y detectar sus falencias hasta convertirse en rumores.

En efecto, como se nombró en líneas anteriores, los únicos medios de comunicación interna eran: una pizarra informativa, unos letreros electrónicos y la intranet pero todos estos canales tenían defectos y no concretaban su cometido informativo.

Las falencias de dichos canales internos radicaba en que la información emitida no era actualizada con la periodicidad debida lo que confundía con frecuencia al personal que de ellos dependía y porque su contenido era manejado por personal que no tenía conocimientos de comunicación organizacional.

En tanto de la comunicación externa, también existen falencias, los periodistas, sedientos de información recurren a testimonios o rumores sobre el tema a tratar, lo que provoca desinformación ante sus receptores, páginas enteras en los tabloides demandan el descontento de los usuarios del call center y de haber errores, la rectificación es mínima en comparación con la publicación original.

Las invitaciones para participar en entrevistas son frecuentes, pero la mayoría rechazadas por el hecho de carecer de un departamento o al menos un asesor que se encargue de la comunicación en la empresa.

Las pocas veces que se aventuraron a dar entrevistas fueron caóticas, el entrevistador logró casi siempre su cometido, el de intimidar al entrevistado para obtener los resultados establecidos, mientras que el entrevistado se dedicaba a leer sus documentos con pausas por el nerviosismo y dejando aún más bajo el perfil de Cronix ante la sociedad.

Cronix cia. Ltda. Desde el año 2010 se postuló para una de las certificaciones ISO. Se ingenió un documento lleno de manuales, procedimientos, normas y planes internos y externos para convencer a los representantes de la organización que otorga estas certificaciones de manera positiva ya que calificaron.

No existían entre estos documentos ni siquiera propuestas para generar planes de comunicación interna o externa mucho menos un departamento que se encargue de la comunicación. Es a partir de aquí que se abordan en este documento, los efectos que causa el no implementar estrategias de comunicación en una organización y lo que puede generar, en especial, los rumores.

## **4.2 RECOMENDACIONES**

De no haber ocultamiento de la información ni de las fuentes que den veracidad de los hechos a los colaboradores de la empresa Cronix, los rumores serían mínimos, la ambigüedad se reduciría por lo que carecería de importancia para quienes la requieren.



La comunicación bien administrada, por expertos quienes reduzcan las posibilidades para la generación de rumores, o para contrarrestarla, sería una buena herramienta para compensar los rumores dentro de la organización.

El departamento de comunicación con personal experto, con planes estratégicos como los de crisis, sería fundamental al momento de ocasionarse una crisis como las ocurridas en la empresa Cronix, las soluciones serían planeadas y no al azar.

La información al alcance de todos sería una herramienta básica para eliminar las barreras de comunicación, por lo que reduciría la incertidumbre sobre el porvenir laboral y por ende, los rumores serían controlables.

Si se implementaran canales adecuados para transmitir la información hacia los públicos carentes de ella, no haría falta la tergiversación de la información hasta volverse rumor.

Otro elemento importante sería la actualización de la información generada en los canales internos de comunicación, un ejemplo sería con la intranet. Si cada colaborador accede a la red de manera libre, la aceptación de rumores sería desechada debido a que tienen de donde solventarse y sobre todo de fuentes confiables.

En definitiva, el ambiente laboral que rodeaba o encierraba al colaborador de Cronix era bastante precario, la comunicación organizacional nula o ejercida por personas que no tienen conocimientos sobre tal, por ende, la creación de rumores fue el medio convencional casi institucionalizado para la emisión y recepción de información en la empresa.

La idea no es destruir la estructura del rumor, pero tampoco institucionalizarla como medio de comunicación, el propósito es buscar un punto de equilibrio para que no se pierda la esencia de la comunicación y las relaciones interpersonales dentro de la empresa y, pueda constituirse o reconstituirse del modo más auténtico posible. Intención que siguiendo las bases teóricas de la comunicación interpersonal, este trabajo académico intenta valorar.

Finalmente, esperamos que con estudios como este, cada vez más profundos y diversos, no sea difícil imaginar que en un tiempo no muy lejano, la administración de Cronix y sus colaboradores, logren una convivencia comunicacional y que los rumores en la organización no sean el pan de cada día.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALLPORT, G. POSTMAN, Leo. La psicología del Rumor. Editorial Psique. Buenos Aires. 1973
- BARTHES, Roland. La Aventura Semiológica. Paidos. Barcelona. 2004
- CORVEZ, Maurice. Los estructuralistas. Foucault, Levi- Strauss, Lacan, Althusser y otros. Buenos Aires. Amorroutor. 1972.
- COSTA, Joan. El dircom hoy. Costa punto com. Barcelona. 2009
- CRESPI, Irving. El proceso de la opinión pública. Cómo habla la gente. Ariel Communication. Barcelona. 2000.
- CRONIX, RRHH. Manuales internos para la certificación ISO. Quito Ecuador. 2010
- DERRIDA, Jacques. La estructura y la diferencia. Barcelona. Anthoropos. 1989.
- FOUCAULT, Michel. El orden del discurso. Tusquers Editores. Barcelona España. 1970
- FOUCAULT, Michael. Las palabras y las cosas. siglo XXI Editores. 1978.
- FOUCAULT, Michel. La arqueología del saber. Siglo XXI Editores. Mexico. 1997
- KAPFERER, Jean-Noel. Rumores, el medio de comunicación más antiguo del mundo. tr. Del francés por Alberto Magnet, 1ª. Ed. Barcelona: Plaza Janes Editores. 1989
- MAIGRET, Éric. Sociología de la comunicación y de los medios. Bogota. Fondo Cultura Económica. 2003.
- MAZO, Salmerán, BENAVIDES, Ma. Elena, El rumor y su influencia en la cultura de las organizaciones. Una investigación técnica y bibliográfica. Editorial Universidad Complutense de Madrid. 2006
- NARVÁEZ, Edison. Operaciones Psicológicas: El arte de la persuasión. Ministerio de Defensa Nacional del Ecuador. 2004
- NOELL-NEUMANN, Elisabeth. La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. México. Ediciones Paidós. 1995
- PAOLI, Antonio. Comunicación e información, Perspectivas teóricas. Editorial Trillas. 1983
- POWELL, Jim; HOWELL, Van. Derrida para principiantes. Era Naciente. Buenos Aires. 1997
- RODRIGUEZ, Veronica Rowel. Comunicación corporativa, un deber, un derecho. Santiago. Ril. 2008

- SAUSSURE, Ferdinand. Curso de Lingüística General. Paidós 23ª ed. Buenos Aires. 1990.