

## **Comunicación verbal en contextos rituales y ceremoniales**

**Alejandra Urbiola**

### **Introducción**

Los estudios sobre identidad y cultura en las organizaciones han aumentado considerablemente en los últimos veinte años, siendo las áreas de interés las relacionadas con la productividad, la eficiencia y la calidad las más sobresalientes (Reygadas, 2000). La razón principal está relacionada con el hecho de que actualmente se considera que además de la gestión y la planeación estratégica, los elementos “subjetivos” o de cultura organizacional son importantes para explicar la conducta de los individuos al interior de la organización.

Los conceptos de identidad y la cultura abarcan no sólo los artefactos u objetos, sino también las ideas y creencias sobre temas comunes, los espacios, los sonidos y por supuesto, el lenguaje. Estos conceptos aparecen siempre relacionados y en algunos casos pueden considerarse como sinónimos ya que en ambos casos hacen referencia a los sujetos dentro de la organización; es evidente que existen significados compartidos por los miembros del grupo, interiorizados en forma de esquemas y objetivados en símbolos (Giménez, 2005), y que sin embargo no son sinónimos. La identidad se construye a partir de elementos culturales generales, es decir, es un subconjunto de lo que definimos como “cultura” y que fue durante los años cincuenta asociado a “modelos de comportamiento”, y que ahora ha pasado al campo de lo simbólico (Giménez, 2005).

El concepto de cultura abarca prácticamente todo a excepción de aquello que no es transmitido genéticamente. Esta definición incluye por lo tanto al lenguaje, elemento simbólico por excelencia, que para ser considerado como parte de un repertorio con un significado cultural debe ser compartido por un grupo (Giménez, 2005). Esas representaciones compartidas se encuentran contextualizadas en un espacio y tiempo determinado, encuentran una forma idónea de expresión en las ceremonias y rituales, donde el lenguaje y la comunicación ocurren siguiendo ciertos patrones preestablecidos con anterioridad, existe, por lo tanto, una tipificación de acciones habituales por tipos y actores o institucionalización (Berger y Luckman, 1997).

## **Ritual y Ceremonias**

Dentro de la organización los elementos culturales a partir de los cuales se “construye” la identidad pueden ser creados para tal propósito, o desarrollados por sus miembros. Esto último requiere de un proceso donde se construyen “puentes” o áreas de consenso en cuanto a significados a través de la comunicación verbal y la interacción (Bormann, 1983; Pepper, 1995). De manera que es factible la construcción de una realidad social común, específicamente a través de la comunicación, proceso que toma un carácter particular cuando se ritualiza o forma parte del ceremonial en la organización.

El entorno cultural o materia prima a partir de la cual puede desarrollarse una identidad particular puede ser el resultado de un esfuerzo al interior de la organización. La cultura organizacional o cultura corporativa es un producto desarrollado con un propósito: mantener estándares elevados de productividad a través del desarrollo de conductas adecuadas entre los miembros de la organización. Por otro lado, los elementos culturales como “pautas de significados” (Geertz, 1992) propias para el grupo que las construye, implican un análisis de la cultura organizacional desde una perspectiva subjetiva: lo que la organización “es”, es decir, la organización como un producto o construcción simbólica de sus miembros (Smircich, 1983).

Estos dos aspectos de la cultura organizacional, tanto como cultura corporativa o instrumental, versus producto cultural de sus miembros, está presente en rituales y ceremonias. Con respecto al lenguaje, su aspecto formal está más relacionado con lo que Jiménez (2005) siguiendo a Thompson (1988) clasifica como “formas culturales” o Bourdieu (1985) denomina “simbolismo objetivado” frente a un lenguaje que se interioriza en forma de “habitus”, o esquemas cognitivos interiorizados. Si se considera a la cultura como un sistema de símbolos y significados compartidos en una organización (Geertz, 1992, Smircich, 1983, Pepper, 1995), el análisis de los patrones culturales puede hacerse como si fuesen éstos sistemas organizados de símbolos significantes (Geertz, 1992, Pepper, 1995), haciendo referencia a todo aquello que le da sentido a nuestra conducta y que se expresa culturalmente; para estos autores la cultura permite que la conducta humana no sea solamente un conjunto de actos caóticos sin significado, ya que los patrones culturales proporcionan significados y guían la conducta humana.

Para Geertz (1992), las “redes de significado”, deben interpretarse en contextos sociales particulares. La cultura por un lado identifica, diferencia, pero también cohesionan. La metáfora de “cultura como red” permite entender los procesos de construcción de significados comunes en las creencias, valores y actitudes dominantes en la organización, así como en las formas de expresión tales como metáforas, historias y ceremonias (Pepper, 1995). El concepto alude también a una construcción mental que puede ser posible a través de la comunicación y que el investigador puede describir o interpretar (no explicar); y en tercer lugar, la red de comunicación nos ofrece la posibilidad de estudiar aquello que es relevante para la organización: hechos, prácticas, vocabulario, metáforas, historias, ritos y rituales (Pepper, 1995; Owen, 1996).

La conducta simbólica adquiere un carácter formal en las ceremonias y rituales dentro de la organización; el ritual es un concepto tomado de la Antropología y que aplicado a los estudios organizacionales puede enfocarse hacia la función social que cumplen éstos dentro de las organizaciones pero también hacia el contenido y significado del mismo para los miembros de la organización. A través de los rituales se promueve la integración, la solidaridad y la cohesión entre los miembros de un grupo cultural; al mismo el ritual es una fuente de significantes y significados, de continua construcción simbólica (Díaz Cruz, 1998).

Los rituales tienen una función y un efecto, por un lado ofrecen guías de comportamiento corporativo y por otro lado dramatizan los valores básicos de la organización (Deal y Kennedy, 1982). La definición clásica de Víctor Turner establece que el ritual es una “conducta prescrita en ocasiones no dominada por la rutina tecnológica y relacionada con la creencia en seres o fuerzas místicas” (Turner, 1980:19). Análogamente en el campo de las organizaciones, se establece que existen rituales para los ascensos, los despidos, las contrataciones etc., y todas las acciones institucionalizadas (Deal y Kennedy, 1982). Éstas, requieren de un lenguaje particular, espacio, artefactos y personajes o sujetos que los llevan a cabo. Como *acciones representacionales* son prácticas simbólicas que refuerzan el doble efecto de la cultura organizacional: diferenciar hacia fuera y otorgar especificidad hacia dentro (Díaz Cruz, 1998, Giménez, 2005).

Las propiedades formales de los rituales en Antropología, descritas por Díaz Cruz (1998), incluyen la repetición, un tiempo particular y un espacio especial, la acción de los participantes, el comportamiento o estilización que refiere a las acciones o los

símbolos utilizados por participantes y observadores, el orden o los pasos a seguir, las reglas de acción para los participantes, el escenario, la dimensión colectiva o de grupo, el manejo de las emociones y la multimedia.

La tipología del ritual fue desarrollada por Arnold van Gennep, posteriormente fue utilizada por otros investigadores que siguieron el análisis del ritual y desarrollaron clasificaciones, entre éstos figuran: Víctor Turner, Max Gluckman, Edmund Leach y Mary Douglas; en la tipología se considera el propósito y el tiempo en el que se lleva a cabo el ritual, así, pueden incluirse los periódicos o cíclicos; los que tienen una fecha especial en el calendario y están relacionados con aspectos culturales importantes para el grupo. Analizados durante un periodo de tiempo se observa que tienden a repetirse en determinadas fechas del calendario. El segundo grupo incluye los rituales que se realizan cuando se registran cambios en los individuos o en los estados de los individuos, llamados también “ritos de pasaje” pueden ser comparados analógicamente con las promociones o despidos en las organizaciones. El tercer tipo describe los rituales de regulación, desarrollados en contextos simbólicos violentos, son particularmente importantes en sociedades donde el poder no está centralizado. Por último, los rituales reparadores que tienen como propósito ayudar a los individuos a readaptarse a la sociedad. (Urbiola y Lara, 2007).

Los rituales son importante en cualquier organización, siempre están presentes y tienen múltiples objetivos: disminuir la tensión derivada de la ambigüedad, indicar qué comportamiento es el más adecuado, dar a conocer los elementos importantes dentro de la cultura corporativa a los recién llegados, reconocer a los empleados dentro de la organización. Existen reglas no escritas de comunicación dentro de las organizaciones que son aprehendidas por los individuos poco a poco y que se pueden transmitir en los rituales.

Los rituales especifican el qué y el cómo deben hacerse las cosas al interior de la organización: cómo vestirse, quién debe hablar primero, dónde sentarse, cuánto tiempo debe durar un discurso, qué palabras deben decirse y en qué orden; los rituales son *guías* de comportamiento para los participantes, les indican el tipo de emociones que se permiten, la manera de relacionarse o el status de cada participante, así como el tipo de relaciones permitidas entre los miembros de la organización en función de ese estatus y el poder que cada uno detenta. El análisis del ritual debe incluir los instrumentos utilizados, el área donde se desarrolla y el lenguaje utilizado.

Utilizando la clasificación antropológica, Los rituales pueden describirse como periódicos: informes de gerencia anuales, fiestas de aniversarios; de pasaje: promociones, retiro, despido; de iniciación: reclutamiento, contratación, inducción; reparadores: fiestas de cumpleaños, ceremonias de premiación al empleado del mes. Las ceremonias como cenas de empleados, retiros para ejecutivos, promociones a empleados, presentaciones de productos, se utilizan los espacios para reforzar la importancia de los valores corporativos. La identidad juega un papel muy importante, ya que los actores en un contexto ritual y ceremonial no repiten en forma mecánica los textos o las acciones, sino que se apropian de determinados repertorios culturales que los hacen diferentes y los definen al mismo tiempo.

Similares a los hábitos, los rituales deben ser diferenciados, ya que de esa forma puede establecerse que dentro del contexto ritual los actores tienen una participación activa, un rol –definido en el ritual- que implica cierto grado comunicación y conciencia. Stanfield (1990), citado por Urbiola y Lara (2007), establece cuatro diferencias:

- a) Los hábitos o las costumbres son comportamientos rutinarios que pueden ser desarrollados o prescritos por el individuo o la sociedad. El ritual es diseñado para transmitir tanto el orden moral como el social.
- b) Nivel de involucramiento. La diferencia entre hábito y ritual es de grado y se refiere al nivel de conciencia sobre el ritual por parte del que lo practica o participa.
- c) Función de comunicación. Un hábito o costumbre tiene un mensaje circunscrito a elementos más precisos que el ritual, donde el significado es multivocal y ambiguo. El tipo de participación también es diferente, en los rituales se requiere una respuesta más afectiva.
- d) Los hábitos en general son fáciles de modificar y eliminar

En la distinción anterior sobresalen los aspectos de conciencia sobre las acciones realizadas y la comunicación necesaria para transmitir el mensaje. En cuanto a lo primero, la acción ritual aunque repetitiva tiene como fin el desarrollar los elementos de identidad en los miembros de la organización. El concepto de identidad no es relativo a la organización como un todo sino a los individuos que la componen, surge pues, como afirma Giménez (2005) a partir de los sujetos individuales dotados de conciencia y

psicología propias, que posteriormente, en procesos de comunicación y “convergencia simbólica” les permite llegar a compartir contenidos simbólicos similares.

### **El lenguaje ritual**

La comunicación consiste en intercambios de mensajes donde la interpretación, la reflexión y el otorgar sentido al mensaje son importantes. Los componentes básicos de la comunicación reciben un peso distinto, según el énfasis y/o enfoque teórico que el investigador utilice; el mensaje, el canal, el receptor/emisor, la transmisión, el significado, la respuesta, el proceso de codificación/decodificación y los efectos de comunicación pueden abordarse desde diferentes perspectivas (Jablin, Putnam, 1987; Trenholm, 2001).

Los trabajos sobre convergencia simbólica buscan entender, a través del análisis de las narraciones, las historias, las sagas, las fábulas y las leyendas, es decir, todo aquello que ayuda a la construcción de la realidad organizacional. La teoría de la convergencia simbólica desarrollada por Ernest Bormann, retoma los trabajos de Robert Bales (1970) sobre la comunicación humana y trata de explicar el mecanismo a través del cual los individuos, relacionados en grupos pequeños, pueden llegar a compartir contenidos simbólicos similares.

Bormann (1983), sostiene que los individuos desarrollan historias comunes que les permiten manejar la incertidumbre en forma adecuada. Para lograrlo, desarrollan un proceso de comunicación que Bormann llama “fantasías”, y que dentro de la organización son historias, fábulas, analogías, metáforas, y bromas, que dan sentido a todo aquello que aparentemente no lo tiene. La teoría de la convergencia simbólica es una teoría de comunicación humana que enfatiza los aspectos de la interacción social en las organizaciones (Bormann 1983:101; Pepper, 1995:19) y puede al mismo tiempo explicar cómo funciona la comunicación ritual, al analizar las conversaciones, su estructura, el uso de ciertas palabras y el significado que éstas adquieren para los miembros del grupo. Normalmente estas “fantasías” hacen referencia a la estrategia que dentro de la organización se adopta para resolver los problemas, es decir, es la explicación “emic” antropológicamente hablando sobre lo que sucede al interior de la empresa.

Díaz (1998) señala que para Malinowski las celebraciones mágicas poseen tres características: el lenguaje estructurado o conjuro (la fórmula); el rito (la estructura o guía) y la condición social del ejecutante (el status y el poder). Con respecto a los dos

primeros se establece que el ritual o ceremonia tiene dos componentes, uno que se refiere al lenguaje y otro al hacer, a lo que se observa. Ambos elementos son importantes en las celebraciones mágicas, sin embargo los sonidos, los silencios, la palabra, no fueron objeto de atención *per se* sino las estructuras subyacentes en las acciones públicas, los artefactos, los *guiones* en el lenguaje ritual. Dentro de la antropología, fue precisamente Malinowski el primero en llamar la atención sobre la importancia indudable del lenguaje dentro del rito (Sidorova, 2000), de tal forma que se aceptó que las palabras en los contextos ceremoniales y de rito podían tener significados compartidos entre los participantes.

Cabe preguntarse si el lenguaje ritual, los conjuros o *projectiles verbales* como fueron denominados por Malinowski (Díaz, 1998), tienen un significado para los ejecutantes o aparecen “huecos” y son sólo acciones repetitivas. Si consideramos que la identidad organizacional supone un proceso subjetivo donde el individuo define sus diferencias y establece sus semejanzas con el grupo con el que comparte un repertorio cultural, el lenguaje ritual debe tener no sólo un conjunto de significantes, sino un *significado* para ese individuo y para el grupo con el que lo comparte.

Los “decires” en los rituales tienen un poder mágico, expresado no sólo por las palabras en forma hueca, -las jitanjáforas- sino porque refieren algo a los participantes. La comunicación es un proceso de creación, mantenimiento y transformación de significados. La interpretación a través de nuestro propio bagaje cultural y de conocimiento de lo simbólico (propio de nuestro grupo social) es muy importante.

Ahora bien, la comunicación organizacional es un proceso que posibilita la construcción de significados comunes y consenso pero que también incluye la posibilidad de encontrar fragmentación y ruptura o un margen amplio para la interpretación (Reygadas, 2000; Owen, 1996), es decir, se debe reconocer que la organización está inserta en una dinámica social y cultural que también la define: los elementos de la cultura local, regional y nacional por ejemplo y los roles o posiciones que dentro de la estructura social tienen los distintos actores. Esta fragmentación puede expresarse en el hecho de encontrar no sólo una cultura “dominante” al interior de una organización sino también subculturas o grupos que pueden ser marginales pero que están presentes. De ahí la importancia de la construcción de consensos y de posibilitar los procesos de convergencia simbólica en algunos casos a través de procesos de “educación corporativa”, cursos de inducción a los recién llegados o de eventos de convivencia para los individuos de la más alta posición jerárquica en la organización.

A manera de ejemplo se pueden mencionar los elementos simbólicos y de ritual que se encontraron en el trabajo de campo en una organización de ahorro y crédito popular<sup>1</sup>. Estas organizaciones mantienen una filosofía basada en principios y valores que funciona como la cultura corporativa, pero al mismo tiempo, han desarrollado procesos de educación cooperativa dentro de cada estructura para propiciar los consensos en su interior (Urbiola, 2004).

Existe una amplia variedad de rituales que describen la ideología subyacente entre sus miembros, pueden mencionarse por ejemplo, las reuniones de bienvenida a los nuevos socios, los reconocimientos a los socios ahorradores, los procesos de elección, reelección y ratificación de socios en puestos dentro de la organización, el levantamiento de actas, la invocación (una oración) al inicio y al final en la Asamblea, el minuto de silencio por los socios fallecidos, la visita del comité de supervisión, la ceremonia de certificación por parte de los organismos financieros reguladores o las visitas del comité de supervisión y los himnos nacional y cooperativo (Urbiola, 2004).

Como acciones pensadas y pensamientos actuados (Sidorova, 2000), los rituales disuelven la dicotomía entre los “decires” y los “haceres”; ambos importantes para el conjunto (mito, rito). Con alto valor simbólico, el decir acompaña el hacer tanto como los objetos, espacios, plantas y animales sagrados –en los estudios antropológicos del ritual-, etc., que sugieren que la comunicación verbal y no verbal son igualmente importantes. En el caso de las organizaciones de ahorro y crédito popular existen símbolos y rituales característicos del movimiento. El mito incluye los “decires” entre los miembros de estas organizaciones durante las ceremonias –institucionalizadas en el sector- y los ritos o “haceres”, ambos en una especie de relación dialéctica que refuerza la identidad de los socios al movimiento.

A manera de ejemplo, puede analizarse el himno latinoamericano de la cooperación. Escrito en 1964, es utilizado frecuentemente por las cooperativas latinoamericanas en los eventos importantes. El himno tiene *per se* un carácter simbólico, ya que hace alusión a la ideología del movimiento cooperativo a nivel mundial. Sin embargo este simbolismo es mayor si se considera que se utiliza en forma ritual y que el lenguaje acompaña ceremonias especialmente importantes para este tipo de organizaciones. La referencia de ciertas palabras –que funcionarían como

---

<sup>1</sup> La referencia mencionada es sobre el trabajo de tesis doctoral “Cultura y Comunicación en Organizaciones de Ahorro y Crédito Popular, un caso de Institucionalización de Mitos Racionales y Convergencia Simbólica” realizado en 2004.

disparadores simbólicos- ubica en las áreas de consenso simbólico a los participantes, se hace un énfasis en lo que *para los asistentes* representan los ideales del movimiento cooperativo: unión, justicia social, progreso, etc. Para que esto suceda previamente se han realizado reuniones donde los miembros –socios- de la organización discuten sobre el significado de los conceptos para el movimiento cooperativo en función de lo que la organización hace –o mejor dicho- lo que viven como experiencias dentro del movimiento cooperativo.

Aunque existe un departamento o área destinado a la capacitación, información y educación, el proceso de educación en los principios y valores cooperativos no busca imponer conceptos o contenidos a los socios de la organización, sino más bien fomentar los espacios de reflexión entre los socios del movimiento.

Cuadro 1. Himno latinoamericano cooperativo

<p>Cooperación que nos da libertad,  Seguridad de un futuro mejor  Federación en que alienta el calor de un <u>ideal</u>  Cooperación Universal,  Cooperativas significan bienestar  En un mundo mejor  Federaciones de intereses que en <u>común</u>  Tienen fuerza y valor  Cooperativas significan  el pendón de justicia social;  Es la semilla que en los surcos  De la <u>unión</u> germinará</p>	<p>Palabras que tienen un significado simbólico en el movimiento cooperativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) ideal – refiere a los principios y valores que sustentan la ideología de todo el movimiento: membresía abierta y voluntaria; control democrático por los miembros, participación económica; autonomía e independencia; educación, capacitación e información; cooperación entre cooperativas; preocupación por la comunidad</li> <li>b) unión – refiere a los organismos de segundo nivel (Federaciones) y tercer nivel (Confederaciones) así como a los organismos internacionales que las agrupan (Internacional, Co-operative Alliance, World Council of Credit Unions y Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito</li> <li>c) común- refiere al trabajo cooperativo, a la manera de “hacer las cosas” cotidianamente en las cooperativas.</li> </ul>
<p>CORO  Unidos forjaremos en bien de los humanos  Un mundo en que seremos  Los hombres más hermanos  Pongamos en mañana la fe en este ideal  Uniando nuestras fuerzas podremos cooperar</p>	<p>El poder de las palabras a manera de “proyectiles verbales” –Malinowski- que resume la ideología cooperativa:  Cooperativas significan bienestar  Mundo mejor  Justicia social  Uniando nuestras fuerzas</p>

El himno mostrado en el Cuadro 1 refuerza los principios y valores que sustentan la ideología del movimiento cajista: democracia, participación, autonomía, educación y cooperación subrayando algunas palabras que son especialmente importantes porque se ligan a estos conceptos y constituyen el núcleo de creencias entre sus miembros: “ideal”, “unión” y “común” refieren directamente al trabajo

cooperativo que busca justicia social y un mundo mejor a través de la unión y trabajo en común en empresas cooperativas. Así, las cooperativas significan bienestar no sólo para sus miembros, sino la posibilidad de un mundo mejor a través de un proceso de distribución de recursos (financieros, productivos) que se traducen en mejoras del nivel de bienestar o justicia social. Para lograrlo, es imprescindible el trabajo en común y la cooperación.

Díaz (1998), retomando la clasificación de Malinowski establece que los conjuros adquieren un poder mágico y que existe diferente grado de participación y conciencia por parte de los participantes. Establece una clasificación de cuatro tipos:

- a) conjuros aislados sin ningún rito de por medio
- b) conjuros con ritos de impregnación, donde se utilizan objetos que representan las partes de aquel que se quiere modificar como si se tratase de una analogía donde las partes contienen los cambios que se espera ocurran en otro objeto o situación
- c) conjuros acompañados de un rito de transferencia donde a través de un objeto –los manojos de hierba- se transfiere la fuerza mágica a un objeto
- d) conjuros acompañados de ofrendas e invocaciones

La tipología antropológica se desarrolló a partir de observaciones sobre el pensamiento primitivo *in situ*, de manera que no puede hacerse una extrapolación mecánica sobre los elementos del ritual que se observan en las organizaciones, empresas o grandes corporativos, sin embargo, no puede negarse la existencia de la “cultura organizacional” y de la necesidad de desarrollar una “identidad” que le sea propia y que establezca la diferencia con otras organizaciones.<sup>2</sup> Si se analizan los rituales podrá observarse que es factible estudiarlos utilizando los elementos que se describen en la antropología, así, puede analizarse la *función* que tienen dentro de la organización (solucionar un problema, introducir una nueva tecnología, mejorar las relaciones entre sus miembros, reducir la ansiedad con respecto a los cambios organizacionales, etc); asimismo, pueden ser estudiados a partir de sus *componentes* y, como afirmara Malinowski, analizar tanto su estructura como el rito en el que se insertan –con el lenguaje especial o conjuro- y el ejecutante o participantes.

---

<sup>2</sup> En el trabajo de Peters y Waterman (1982), se analiza la cultura y la excelencia. De acuerdo a estos autores existen ocho principios básicos que están presentes en las empresas que se consideran excelentes. Estos principios implican “innovación” y una cultura que sea capaz de lograrlo y además desarrollar un alto compromiso.

En el caso de los himnos, funcionan como “decires”; con características simbólicas propias podrían analizarse en forma aislada sin ningún rito de por medio, pero también acompañan ofrendas o invocaciones como es el caso de las ceremonias que se llevan a cabo en las organizaciones de ahorro y crédito popular. La letra de los himnos es conocida por todos los miembros de la organización que participan en el rito. Como se aclaró con anterioridad tienen en su contenido palabras que para los integrantes del movimiento adquieren un significado particular porque son el núcleo cultural o base de creencias con las que se identifican. Estos himnos se cantan al inicio de las Asambleas o reuniones donde se ratifican acuerdos previos de los socios. Estas Asambleas son importantes porque es ahí donde se ratifican acuerdos o pueden expresarse las diferencias sobre las decisiones que afectan el desarrollo económico de la organización (el qué, el cómo y cómo se harán las cosas) a través de ratificar a los socios que serán los encargados de llevarlas a cabo luego que han pasado por un proceso de consenso.

Este rito –la asamblea- contiene varios pasos o componentes que en conjunto refuerzan también la identidad cooperativa. La estructura la ceremonia tiene el orden siguiente: oraciones, himnos, minuto de silencio por los socios fallecidos, ratificaciones de elecciones y reelecciones, reconocimiento a socios por su trabajo para la organización, invocación final, levantamiento de actas.

En el rito llama la atención el uso de objetos: los espacios acondicionados para tal propósito, el uso del mobiliario durante la asamblea, la disposición de los lugares para los socios, los invitados de otras cajas hermanas y del movimiento cooperativo nacional y las autoridades de supervisión de la organización –de segundo y tercer nivel dentro del movimiento cajista- y las autoridades de supervisión federales –; el uso de letreros, las banderas de México y del Movimiento Cooperativo Internacional, los logos de las diversas organizaciones. En cuanto a los decires o mitos, los himnos al inicio y las oraciones al inicio y al cierre en las que participan todos los socios, las preguntas que en público se les hacen a los socios que serán ratificados para puestos dentro de la organización subrayan también lo que se mencionó con anterioridad de los himnos: las creencias entre los miembros de las organizaciones de ahorro y crédito popular.

Cuadro 2. Rituales en la Caja Popular San Rafael <sup>3</sup>

Rituales como Conducta Formalmente Prescrita en la Caja Popular San Rafael	
<p><u>I Asamblea General Ordinaria:</u>            Invocación inicial            Himno de la Cooperación, Himno Nacional            Minuto de silencio por los socios fallecidos            Ratificaciones de elecciones y reelecciones. Cuando no hay directivos el Consejo propone candidatos y se votan. En la Asamblea se eligió para el consejo de vigilancia y consejo de administración, se votó en secreto con papeletas. Se siguió el siguiente esquema en la elección y votación:            Número de socio            Nombre, Domicilio            Estado Civil            Edad            Lugar de Nacimiento            Número de personas en la familia (se dice “integran su familia.....”)            Escolaridad            Experiencia laboral            Ocupación Actual            Actividades voluntarias en la comunidad            Antigüedad como socio  <u>En qué le ha ayudado la Caja</u>            Actividades educativas organizadas por la caja en las que ha participado  <u>Cómo practica en la vida diaria la filosofía cooperativa</u>            Porqué quiere ser directivo  <u>Cuál cree que será su principal contribución como directivo a la caja</u>              Levantamiento de Actas              Reconocimiento a socios directivos que sirvieron a la caja con trabajo voluntario.            Invocación Final</p>	<p>Prevía a esta Asamblea Ordinaria se han hecho cinco asambleas seccionales y los socios tienen una participación voluntaria en cada una de ellas. La gerente de la Caja San Rafael informa que la Asamblea Ordinaria tiene como objetivo ratificar lo que en las asambleas seccionales se consideran acuerdos con consenso.            En las ratificaciones, se procede a leer el nombre de la persona y se vota.</p>

Así, existen tres preguntas que son muy importantes

- ¿En qué le ha ayudado la caja?
- ¿Cómo practica en la vida diaria la filosofía cooperativa?
- ¿Cuál cree que será su principal contribución como directivo a la caja?

<sup>3</sup> La Caja San Rafael fue fundada el 2 de enero de 1986 por el padre Emiliano Mercado, desde sus inicios se asoció el trabajo de los socios como un medio para desarrollar a la comunidad a través del ahorro popular. La ideología de la caja se basó en la solidaridad, la equidad y la igualdad. Sobresalen desde su fundación la importancia de la capacitación y la educación. Al igual que en muchas cajas populares en San Rafael se considera que el socio es el dueño de la institución, que el ahorro es de gran importancia y que es necesario formar al socio en los valores cooperativos universales. San Rafael como otras cajas populares surge como una organización cooperativa de orientación financiera, donde el objetivo primordial es satisfacer las necesidades de crédito del socio ahorrador y no la de funcionar como un ente financiero. En un principio, la Caja San Rafael era muy modesta, aunque tuvo un rápido crecimiento y con el paso del tiempo se ha fortalecido. Para el 2003 ya contaba con cinco sucursales y una matriz y un aproximado de 70 343 socios; esta organización tiene presencia en los estados de Sonora, Sinaloa, Nayarit, Zacatecas, Durango, Querétaro, Jalisco y Colima.

Estas preguntas pueden relacionarse con el lenguaje ritual que acompaña a los himnos:

- b) Ideal
- c) Común
- d) Unión

Y que asegura que los participantes estén dentro de cierto rango de convergencia simbólica (Borman, 1983).

## **Conclusión**

El estudio del lenguaje ritual dentro de los ritos nos permite encontrar los canales de comunicación y áreas de consenso entre los participantes. En antropología se ha privilegiado el estudio de los actos simbólicos donde se utilizan objetos diversos en función de los propósitos de la ceremonia. Sin embargo, poco se ha reflexionado sobre el mito o las palabras que acompañan o que incluso pueden ejecutarse sin ningún rito de por medio. El lenguaje es simbólico por excelencia, mantiene dentro de las ceremonias su carácter y además funciona como un recordatorio simbólico entre los que lo comparten.

Para aquellos que han construido un conjunto de creencias, el lenguaje es el medio para expresarlas y, a través de ciertas palabras que funcionan como “disparadores simbólicos”, logra que los participantes permanezcan dentro de las áreas de consenso y se evita el conflicto o la ambigüedad organizacional. Esto no quiere decir que no existan diferencias, o disfuncionalidades o que la cultura corporativa o la cultura como un constructo simbólico sea siempre homogénea y dominante. En realidad, esto no existe en ninguna organización, lo que sucede refiere más a procesos de comunicación y construcción simbólica (Borman, 1983), donde los participantes pueden tener acuerdos y crear consensos respecto a ciertos temas de interés al interior de la organización, pero también pueden expresar sus desacuerdos y encontrar diferencias.

Existe también un conjunto de ritos que son impuestos –por decirlo así- como parte de la cultura corporativa por los managers. Éstos buscan crear una filosofía clara y explícita, moldear la cultura existente –por decirlo de alguna manera- de tal forma que los empleados puedan sentirse identificados con la filosofía de la empresa. Los valores permiten así crear una identidad y hacer sentir a los empleados parte del grupo al compartir esas creencias. Los significados compartidos permiten a las compañías tener mejores rendimientos entre sus empleados, sin embargo el proceso de construcción de los valores o creencias organizacionales no siempre es desde la dirección. Los procesos

de comunicación permiten a los empleados manifestarse y crear significados. En el ritual el lenguaje es un recordatorio simbólico para los participantes, no funciona en forma “hueca”, sino que hace referencia a los elementos de creencias o cultura organizacional.

## **Bibliografía**

- Berger, P. y Luckmann, T. (1997). *La construcción social de la realidad*. 14ª. ed. Argentina. Amorrortu editors.
- Bourdieu, P. (1985). “Dialogue à propos de l’histoire culturelle”. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 59, pp. 86-93.
- Bormann, G. Ernest. (1983). Symbolic Convergence. Organizational Communication and Culture. En *Communication and Organizations. An interpretive approach*. Fourth Printing. USA. SAGE Publications.
- Deal, E. y Kennedy A. (1982). *Corporate Culture. The rites and rituals of corporate life*. USA. Addison-Wesley
- Díaz Cruz, R. (1998). *Archipiélago de rituales. Teorías antropológicas del ritual*. México, D. F. Anthropos. UAM-Iztapalapa.
- Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa
- Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Página de Gilberto Jiménez. Obtenido el 15 de abril de 2008, de <http://www.gimenez.com.mx/>
- Jablin, F. Putnam, L. et al. (1987). *Handbook of Organizational Communication. An interdisciplinary Perspective*. First Edition USA SAGE Publications 1987.
- Owen, J. M. (1996). *Studying Organizational symbolism : What, How, Why ?*. USA. SAGE Publications.
- Pepper, L. G. (1995). *Communicating in Organizations. A Cultural Approach*. 1st Edition Singapore. Mc Graw-Hill 1995.
- Peters, J. T. y Waterman H. R. (1982). *En busca de la excelencia*. México. Lasser Press Mexicana.
- Reygadas, L. (2000). De la conciencia de clase a la *business anthropology*: los estudios sobre cultura y trabajo en México. *Inventario antropológico*. Anuario de la Antropología Mexicana. UAM-I. Vol 6, 2000. P. 11-42
- Sidorova, K. (2000). Lenguaje ritual. Los usos de la comunicación verbal en los contextos rituales y ceremoniales. *Alteridades* 2000, 10 (20). 93-103

- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28 No. 3 1983 pp. 339-358
- Smircich, L. (1983) Studying organizations as cultures. En *Beyond Method*. Edited by Gareth Morgan. SAGE Publications USA 1983. p: 160-171
- Stanfield, T. (1990). Ritual, Ritualized Behavior and Habit of: refinements and extensions of the consumption ritual construct” *Consumer Research*, Vol. 17, 31-36. Obtenido el 10 de marzo de 2004 de <http://gentleye.com/research/cb/acr1990.html>
- Turner, V. (1980). *La selva de los símbolos*. Madrid. Siglo XXI.
- Thompson, John B., 1998. *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco
- Trenholm, S. (2001). *Thinking through Communication. An Introduction to the Study of Human Communication*. 3<sup>rd</sup>. Ed. USA Allyn and Bacon
- Urbiola, A. Cultura y Comunicación en Organizaciones de Ahorro y Crédito Popular, un caso de Institucionalización de Mitos Racionales y Convergencia Simbólica. Tesis doctoral no publicada, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.
- Urbiola, A. y Gómez G. (2007). Rituales en cooperativas de ahorro y crédito mexicanas. *Revista uniRcoop*. Vol , #1, 2007. 103-121