



ÁREA DE INVESTIGACIÓN CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
VISIONES PRAGMÁTICAS DE LAS ORGANIZACIONES TRANSCOMPLEJAS

Carmen Cecilia Herrera Villalobos

Especialista en Educación Inicial (UNEM) (carmenceciliaherrera1020@gmail.com)

Resumen

Las organizaciones en la actualidad están signadas por una profunda incertidumbre que impacta notablemente la gerencia, tratar de dar solución a una problemática con recetas anticuadas ancladas en el modelo especular, es un error que algunos gerentes cometen hoy. Surge la transcomplejidad como un cambio de paradigma, para apreciar las nuevas realidades emergentes. Por ello, el presente artículo precisa diversos planteamientos teóricos que procuran reflexionar sobre las visiones pragmáticas de las organizaciones transcomplejas. De tal modo, se construyó un marco teórico referencial desde diferentes posturas y autores a través de una revisión documental donde se compila y jerarquiza los aspectos más importantes que han intervenido en el estudio de las visiones pragmáticas de las organizaciones transcomplejas, las nociones más relevantes, autores, críticas y tendencias actuales, con el objetivo de configurar un marco conceptual adecuado para su análisis en el ámbito organizacional. Es relevante señalar que, la visión pragmática en las organizaciones transcomplejas, actúa como un factor que permite la coordinación de personas de una manera eficaz para facilitar el logro de objetivos y metas establecidas por la empresa.

Palabras clave: visiones pragmáticas, comunicación, organización transcompleja.





PRAGMATIC VISIONS OF TRANSCOMPLEX ORGANIZATIONS

Abstract

Organizations today are marked by a deep uncertainty that notably impacts management, trying to solve a problem with outdated recipes anchored in the mirror model, is a mistake that some managers make today. Transcomplexity arises as a paradigm shift, to appreciate the new emerging realities. For this reason, this article requires various theoretical approaches that seek to reflect on the pragmatic views of transcomplex organizations. In this way, a referential theoretical framework was built from different positions and authors through a documentary review where the most important aspects that have intervened in the study of the pragmatic visions of transcomplex organizations, the most relevant notions, are compiled and ranked. authors, critiques and current trends, with the aim of configuring an adequate conceptual framework for analysis in the organizational field. It is relevant to point out that the pragmatic vision in cross-complex organizations acts as a factor that allows the coordination of people in an effective way to facilitate the achievement of objectives and goals established by the company.

Keywords: pragmatic visions, communication, transcomplex organization.

Introducción

Las transformaciones del modelo de organización contemporáneo, ocurren paralelamente al crecimiento de organizaciones que sin arroparse bajo el mismo esquema empresarial, entran en la dinámica económica, social y política, aprovechando los elementos del entorno para alcanzar objetivos distintos unas veces, similares otras, a los de una empresa. Por lo tanto, se puede decir que, las visiones pragmáticas de las organizaciones transcomplejas constituyen una herramienta prioritaria de las capacidades que pueden generar este desarrollo, adaptando a los miembros de la organización y permitiendo con ello que estos procesos sean el motor que diseñe estrategias y políticas, que ayuden asumir los diferentes escenarios que se generan en un mundo cada vez más globalizado.

Aunado a esto, los gerentes deben aplicar una visión transcompleja que los lleve a repensar los criterios y principios del conocimiento, aplicación de métodos y sobre todo conocer el entorno, todo ello, con la finalidad de poder interconectarse con lo más





simple y así descubrir lo no visible, para determinar con exactitud el camino a seguir o las metas que realmente deben ser planteadas, con la finalidad de poder lograrlas en el lapso de tiempo determinado (corto, mediano o largo plazo), cumpliendo con un ciclo, donde al final se debe realizar una retroalimentación para dar inicio nuevamente; pero ya con experiencias nuevas que conlleven a la aplicación más efectiva de los saberes aprendidos.

En este sentido, cabe considerar que en el ámbito organizativo transcomplejo, no puede quedarse solamente en la consideración de la estructura como tal, es decir, estar siempre en un mismo sitio; debe reinventarse, ir más allá de su zona de comodidad, buscar todas las posibilidades que pueda tener para el desarrollo de la institución, evitando de esta manera contar con premisas inciertas que no le aportaran beneficio alguno; utilizando de la mejor manera posible lo que realmente necesita sobre el potencial humano y de la manera efectiva para la aplicación de los procesos administrativos.

Es por ello, que los miembros encargados de direccionar las comunicaciones en una empresa no escapan ante esta realidad, en donde deben obligatoriamente convertirse en agentes de cambio, ya sea como elemento dinamizador de la sociedad o como administrador organizacional, capaz de cambiar las acciones individuales en acciones organizacionales, que responda y armonice los objetivos de la organización. En este sentido, el presente artículo precisa diversos planteamientos teóricos que procuran reflexionar sobre las visiones pragmáticas de las organizaciones transcomplejas.

Metodología

El diseño utilizado en este artículo se realizó bajo un estudio documental. Desde esta óptica, Arias (1997:47), señala que “es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos”. Para este fin en el presente estudio se identificaron dos procesos: el primero; búsqueda, identificación, organización y disposición de fuentes de información para su





posterior análisis y tratamiento racional. El segundo consistió en organizar e integrar el contenido compilado para cumplir a cabalidad los objetivos planteados, lo cual corresponde a la dimensión hermenéutica del proceso. Según, Chávez (2007:130), la investigación documental:

Se realiza sobre la base de documentos o revisión bibliográfica, en función de documentos escritos, estadísticos, archivos oficiales, privados. La finalidad es recolectar información a partir de documentos escritos, no escritos susceptibles de ser analizadas, pueden clasificarse como investigaciones cualitativas.

El procedimiento utilizado para obtener y analizar la información, se orientó en la investigación y análisis bibliográfico congruente con el contexto de estudio. Los escenarios para el acceso a la información fueron: revisión de bibliotecas, el internet con base de datos actualizados. Estos permitieron recuperar artículos de revistas indexadas y publicaciones de investigación. Bajo esta perspectiva queda claro que la investigación documental es lo suficientemente compleja y delicada que amerita capacidad interpretativa y pericia en cada uno de sus procesos por parte del investigador.

Los instrumentos utilizados fueron los registros de datos a través de agenda de notas para recabar información, revisión y análisis de artículos de revistas científicas indexadas, libros electrónicos e impresos, tesis. Por su parte Sabino (1992), enfatiza la importancia de los instrumentos de recolección de datos y los concibe como aquellos que son utilizados por el investigador para el mayor acercamiento al fenómeno de estudio para extraer con mayor efectividad la información.

Análisis y resultados

A continuación, se presenta el análisis y discusión de los resultados obtenidos de la revisión documental. Es de resaltar que en toda organización, teniendo en cuenta que su éxito depende en gran medida de su gente, de sus capacidades, de sus competencias y de sus actitudes, la efectividad de la comunicación que en ella se genera está fundamentada en la participación de sus integrantes en el proceso y de sus

REVISTA TRANSDISCIPLINARIA DEL SABER

(ISSN-L): 2959-4308

Volumen N° 8 Abril año 2024

transdisciplinariadelsaber@gmail.com





habilidades para entender, procesar, ponderar y valorar la interacción necesaria en las relaciones laborales. Los procesos de comunicación han evolucionado a lo largo del tiempo y las perspectivas de análisis también. Sin embargo, la manera de mirar las organizaciones y la gestión de las mismas y de sus recursos humanos, especialmente los seres humanos, también ha sido objeto de importantes cambios.

Organizaciones transcomplejas

Se pueden definir, a las organizaciones transcomplejas como “la gerencia de lo diverso, es la búsqueda incansable de los elementos que hacen distintos a los seres, y hallar en ellos la unidad y la totalidad” (Gil y Toba, 2009:64). En este sentido, es mirar más allá de las partes de un todo, tratar de descubrir la realidad de métodos o técnicas que deben interactuar para el logro de los objetivos, donde una vez obtenidos los resultados, se procede a realizar una retroalimentación, para poder construir un todo, sin dejar a un lado la vista constante de la individualidad.

En este sentido, los autores anteriormente citados, expresan que “encontrar un punto de equilibrio entre el desarrollo desmedido de la ciencia, la tecnología y su impacto en la sociedad y en el planeta, sólo es posible bajo una mirada compleja, que sopesa sin temor la necesidad de moverse”. (Gil y Toba, 2009:64). Por ello, las organizaciones transcomplejas son aquellas capaces de poder concatenar los aspectos organizacionales y humanos en uno solo con miras a lograr la efectividad en el futuro. Partiendo de este criterio, el autor Mora (2013:2), expresa que las organizaciones transcomplejas “son la búsqueda de una solución utilizando alternativas, a través de una visión más allá de lo que se está acostumbrado para el logro de los objetivos y el buen manejo de los diferentes recursos que requiera la organización”. Al respecto, los autores Gil y Toba (2009:68), presentan las características de las organizaciones transcomplejas:





1. Incluye personas (naturales y sobrenaturales). Seres humanos complejos (biológicos y culturales). Razón por la que no son considerados como meros recursos, sino como el activo más importante de la organización. Como seres “reales”, piensan, interactúan unos con otros, se comunican, se agrupan e impactan positivamente sus vidas personales, familiares, organizacionales y sociales.
2. Aunque humanas, las organizaciones transcomplejas no desechan la inteligencia artificial, sino que la incorporan dentro de los procesos, como herramientas útiles para el logro de las metas y para alcanzar nuevos espacios para el disfrute del todo como proceso.
3. Como seres sobrenaturales tienden hacia un infinito. Tienen conciencia de una trascendencia que sobrepasa los límites de lo físico, para vincularse con el terreno de lo metafísico. Establecen con lo intangible relaciones que van más allá de su propio presente, para proyectarse en dimensiones etéreas e insospechadas (aspiración a la inmortalidad, conciencia de lo no-finito, trascendencia del quehacer y de la obra humana, búsqueda incansable de la perfección).
4. Lo espiritual se constituye en una suerte de vaso comunicante entre lo físico y lo emocional, posibilitando una proyección hacia lo infinito y lo etéreo. Aunque muchos líderes lo soslayan, su preeminencia en el resto de factores es clave para la comprensión de lo humano. La amalgama perfecta entre lo tangible y lo intangible es la explicación a la complejidad del proceder humano.
5. Como hijos del devenir de los tiempos, las personas buscan la trascendencia biológica y la autorrealización, lo que las induce a ir tras la utopía de la perfección, que sólo es posible a través de la amalgama de lo medible y de lo inmensurable, de lo real y de lo abstracto, de lo telúrico y de lo fantástico.
6. Las personas piensan, están involucradas. Son seres bio-psico-socio-eco-planetarios. Con la irrupción de la denominada era global-compleja, que incide indefectiblemente en la cosmovisión nuestra, los factores arriba mencionados surgen de la integración de dos nuevos elementos que pasan a ser primarios en nuestras vidas: lo “ecológico-planetario”, así como su inserción en todos los aspectos relacionados con el mundo de relaciones de los seres vivos. Cada estadio se encuentra en perfecta interrelación y en armonía, dibujando un sistema abierto que se realimenta de manera constante.
7. Las personas tienen objetivos individuales, familiares, organizacionales, sociales y planetarios, los cuales estimulan o motivan sus acciones. La conjunción de estos eslabones, muchas veces disjuntos, hace posible la visión total del fenómeno organizacional, y de su perspectiva durante el presente siglo.





8. Todo ámbito organizacional deberá establecer vasos comunicantes con su entorno —de amplio espectro, como queda visto—, ello permitirá avanzar en el logro de organizaciones abiertas a su mundo de relaciones, perceptivas a los cambios globales, atentos a las distorsiones de los sistemas, dispuestas a desaprender y a reaprender para seguir adelante. A morir y a renacer cada día para proseguir su camino.
9. Las interacciones posibilitan alcanzar objetivos comunes, quizá diferentes, pero relacionados con sus objetivos personales. Como seres biopsico-socio-eco-planetarios, los seres humanos tienen que deslastrarse de la visión unívoca de la realidad, que los lleva a la expresión tergiversada de un individualismo endogámico y enfermizo.
10. Es tarea urgente, desde el seno de las organizaciones, el apresurar la gestación de una visión de conjunto que no deseche lo individual sino que lo incluya. Es posible tener el conocimiento en detalle de cada especie arbórea, sin perder de vista la certeza del bosque. El bosque es un conjunto, pero como tal está constituido por individualidades interrelacionadas e interactuantes.

En este orden de ideas, las organizaciones transcomplejas, deben también contar con un personal que posea características adecuadas para adaptarse a las mismas, por ello, el gerente juega un papel primordial para poder captar ese talento humano que sea capaz de asumir los cambios, ser creativo y sobre todo ser proyectivo, es decir, tener una visión clara en el logro de los objetivos planteados y por consiguiente, estar bien capacitado para integrarse totalmente a cualquier equipo y liderarlo de manera efectiva.

Visión Pragmática

Para poder entender sobre el término visión pragmática, se debe considerar primero la definición de pragmática, que para el autor Pérez (2023:2)

Es un área de la lingüística que se dedica al análisis del lenguaje en su vínculo con las personas que lo hablan, considerando las distintas circunstancias que forman parte del proceso comunicativo y los enunciados que se emiten en él.





Es decir, pragmática, se puede definir como ser práctico, aplicar la parte práctica de cualquier aspecto. En este sentido, las personas que aplican este término son aquellas que comúnmente tienen la facilidad de colocarse metas u objetivos; y sobre todo tener esa fijación de realizar las actividades o acciones necesarias para cumplirlos. Por otra parte, la persona pragmática se caracteriza por interesarse en cada situación apropiada que se presente con el propósito de conseguir un fin ventajoso, o un beneficio propio. Establecer

En este sentido, los gerentes en las organizaciones; sobre todo las transcomplejas, deben tener esa visión pragmática para poder transformar la teoría en práctica, es decir, poder ejecutar todos aquellos conocimientos adquiridos durante su larga experiencia y transformarlos en actividades propias donde se ponga de manifiesto toda esa agilidad, creatividad y experiencia en el campo funcional o utilitario del entorno empresarial para de esta manera poder obtener resultados satisfactorios a nivel empresarial, de equipo y del suyo propio. En relación con lo anterior, existen puestos de trabajos u otras circunstancias de la vida que exigen que la persona sea pragmática, es decir, hábil, práctica y eficiente para lograr los objetivos definidos. Este tipo de comunicación, engloba cualidades como lo son la comunicación escrita, también la comunicación gestual o lectura de labios; hay otras que son menos evidentes como el baile y las expresiones faciales, las cuales te pueden facilitar indicios muy valiosos sobre las emociones de las personas.

Asimismo, el mismo autor expresa que las personas pragmáticas son aquellas que cuentan con la habilidad para establecer, objetivos y metas; de manera tal que puedan cumplirlos con una buena responsabilidad como ejecutivo; así pues, si se entrena y potencia las funciones podría ayudar a ser más prácticos tanto en la parte laboral como personal; lo que conlleva a favorecer el logro de todos los objetivos planteados y pensar en cualquier momento ir más allá de esos logros.





Múltiples miradas para comprender las visiones pragmáticas de las organizaciones transcomplejas

Hoy por hoy, las organizaciones se desarrollan en un mundo influenciado por nuevos paradigmas como la globalización y la transformación hacia la postmodernidad; lo que genera que se susciten retos cada vez más complejos que requieren de cambios organizacionales que les garanticen obtener los resultados deseados para mantener la efectividad. Como consecuencia a estas premisas, la dirección de estas organizaciones han dirigido su enfoque hacia una gerencia centrada en el conocimiento, la calidad y productividad del talento humano, maximizando las competencias individuales para lograr su integración con un equipo de trabajo altamente productivo.

A estas organizaciones ahora se le denominan transcomplejas porque desde su visión y misión son capaces de crear y recrear ética, moral y legalmente alternativas para el manejo adaptativo de los recursos, el estudio de las experiencias de la organización, la toma de las decisiones para el futuro, reflejando su éxito en la competencia, lo que es demarcado por el efecto producido por factores socioculturales, psicológicos, políticos, e inclusive, hasta por el mismo proceso de globalización, entre otros, dentro de una realidad cambiante, incierta, compleja al igual que la presión de sus necesidades.

Cuando usamos el lenguaje diariamente tratamos de hacerlo siguiendo unas normas de corrección lingüística, pero rara vez nos percatamos del complejo mecanismo que está implícito en la transmisión de un mensaje. Comunicamos distintos hechos, pero cuando lo hacemos no solo informamos sobre algo, sino que también e indirectamente debemos interpretar la intención del hablante. No importa tanto lo que se manifiesta abiertamente para notificar un acontecimiento como lo que realmente no se expresa pero también se comunica. En este campo nos adentramos en la dimensión pragmática.

Resulta oportuno señalar que la pragmática es una disciplina que se ocupa del significado de las palabras y las oraciones en su relación con hablantes y contextos en





actos de comunicación concretos (Reyes, 1995), pero también se interesa por analizar las estrategias utilizadas en las actuaciones lingüísticas para lograr el éxito deseado (Fernández, 1996). Escandell (2006: 15-16) entiende por Pragmática:

El estudio de los principios que regulan el uso el lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concreta, como su interpretación por parte del destinatario.

Se puede afirmar, por tanto, que la pragmática considera distintos factores extralingüísticos que influyen en la interpretación de los enunciados: emisor, destinatario, intención comunicativa, contexto, situación o conocimiento del mundo, entre otros. El descuido del flujo lingüístico en la empresa puede ser un elemento erosionador de los procesos de cambio empresarial o de los procesos de incorporación de nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en entornos empresariales de alto rendimiento. La pragmática toma en consideración nociones como emisor, destinatario, intención comunicativa, contexto verbal, situación o conocimiento del mundo, para entender el uso del lenguaje en condiciones concretas de comunicación, aspectos tan o más complejos que los factores que determinan la evolución de los mercados bursátiles o del flujo de capital internacional.

Dado que las organizaciones están conformadas por seres humanos y que el éxito en la comunicación de las ideas y los sentimientos es esencial a la hora de valorar su gestión, resulta claro que la pragmática puede ser una herramienta valiosa para evaluar y apoyar la actividad cotidiana de una empresa. Es necesario resaltar que la visión pragmática de la organización debe partir del supuesto de que las empresas son realidades en construcción, que permiten visiones integrales y posibilidades de intervenciones deliberadas y sistemáticas para adecuarlas a lo que pretenden ser.

En este orden de ideas, (West y Turner, 2005:5), definen a la comunicación como “un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno”. La interpretación de esta definición esta direccionada en el sentido de que la comunicación en lo social involucra a las personas





y su interacción, ya que estas interactúan con diferentes intenciones, motivaciones y dinamismo; en cuanto a la comunicación como proceso porque significa que permanentemente se encuentra en continuo desarrollo y sin término. Partiendo de lo analizado por los autores, se puede inferir que la comunicación en la parte empresarial no es un asunto fácil, ya que se requiere de habilidades innatas y adquiridas para comunicarse; ya que son estas habilidades las que van a conducir y a mejorar las competencias de los individuos dentro de la organización.

Importancia de la Comunicación en las organizaciones

Los procesos comunicacionales se vuelven parte fundamental del éxito de una empresa, si se cuenta con un sistema de comunicación que genere confianza, baja incertidumbre, participación, así como una serie de sentimientos positivos, los empleados trabajarán en armonía. Como dice, Shall (1983), (Citado por Castiblanco & Asociados, 2021:2), “sin comunicación no existe organización, ya que la comunicación genera estructuras que afectan lo que se dice, lo que se hace y cómo se hace”. Al respecto, también se puede considerar importante conocer el concepto de comunicación interpersonal, que la autora Cebrián (2019:1), la define “el proceso por el cual los seres humanos intercambian sentimientos e información mediante mensajes verbales y no verbales, y resulta esencial en las relaciones humanas”. Por ello, se recalca, que este tipo de comunicación conlleva a un nivel superior de intercambiar los pensamientos, debido a que todo gerente debe ser intuitivo para saber cómo expresar lo que quiere hacer con lo que va a decir, y dejar los procesos e instrucciones laborales de la mejor manera posible.

En la vida cotidiana, según lo que expresa la autora anteriormente citada; la comunicación interpersonal adquiere una relevancia muy importante, ya que posibilita la conexión con otras personas y la construcción de relaciones satisfactorias, pero es en el ámbito laboral donde resulta vital. Poder comunicarse de forma efectiva con los compañeros de trabajo, con los superiores o con los clientes es una manera de





potenciar la carrera profesional. A raíz de lo anteriormente planteado, la importancia de la comunicación interpersonal puede encontrarse en los siguientes factores:

- Fortalece las relaciones personales porque permite establecer conexiones más sólidas y significativas con otros semejantes, creando lazos de confianza y cercanía.
- Permite expresar emociones y sentimientos, ayudando al individuo a sentirse más comprendido y a establecer un vínculo emocional más intenso.
- Facilita la resolución de conflictos. El hecho de comunicarse de forma directa y abierta con las personas involucradas en un conflicto, permite expresar las preocupaciones, escuchar las perspectivas de los demás y encontrar soluciones mutuamente satisfactorias.
- Ayuda a transmitir ideas y opiniones, promoviendo el intercambio de información y el enriquecimiento mutuo.
- Fomenta la empatía y la comprensión mutua. Al tratarse de una comunicación cara a cara, es posible percibir las expresiones faciales, el lenguaje corporal y el tono de voz de las personas, lo que ayuda a comprender mejor sus sentimientos y perspectivas, potenciando así el entendimiento.
- Fortalece la colaboración y el trabajo en equipo. Por medio de una comunicación interpersonal efectiva, se promueve una mejor colaboración en los equipos de trabajo, ya que se facilita la coordinación, el intercambio de ideas y la toma de decisiones conjuntas.
- Contribuye al desarrollo personal y social, brindando la oportunidad de aprender de los demás y desarrollar habilidades sociales que permitirán establecer relaciones de manera efectiva en diferentes contextos.
- Proporciona apoyo emocional y afectivo, ayudando a sobrellevar situaciones difíciles y a fortalecer la salud emocional.

Se puede interpretar, que una comunicación interpersonal abierta, honesta y respetuosa puede crear un entorno lleno de confianza y cercanía entre los sujetos, lo cual va a fortalecer las relaciones y por ende, promover un sentido de pertenencia y





bienestar emocional. Por ello, la comunicación busca hacer compatible el lenguaje verbal utilizado por los actores del proceso comunicativo y el desempeño que busca el propio sistema para lograr sus fines y su contribución. Como herramienta de la planeación, la comunicación se convierte en el estudio de la calidad que requieren el sistema en cuanto a sus insumos de información y diálogo para el logro de sus objetivos, es decir, la comunicación estudia los flujos de información y los mecanismos de retroalimentación necesarios para la mejora de la organización.

En este orden de ideas, se le puede dar muchas definiciones a la comunicación, pero ello siempre se tomará como un sistema que presenta prácticas socioculturales, cognoscitivas, económicas y políticas, así como dimensiones psicológicas, biológicas y físicas de las que se puede ser partícipes, porque se está inmerso en dichos sucesos. “Por ello el hecho de construirlos y desarrollarlos de una manera u otra, afecta su propia naturaleza objetiva, la institucionaliza y de alguna manera la naturaliza” (Navarro, 2004:8).

Para ahondar un poco más al respecto de la comunicación, se puede considerar también, hacer referencia que la comunicación efectiva evita el transmitir información incorrectamente y a su vez permite corregir errores, proporcionando de esta manera la realización de las funciones dentro de la organización. Como complemento, Rebeil (2008:2) plantea el concepto de comunicación estratégica, es decir, “la comunicación como instrumento fundamental para el logro de sus objetivos y metas”. Este concepto se asocia al de comunicación productiva, desarrollado por Nosnik en varios escritos, ya que ambas mencionan la necesidad de contar con una comunicación efectiva y eficaz dentro de la empresa. (Rebeil, 2008:2), menciona la división de tres tipos de comunicación existentes en el entorno empresarial, los cuales son:





1. La comunicación interna, que es aquella que busca dinamizar los conceptos, los afectos, las actitudes y los comportamientos de los sujetos y los grupos que integran una organización, con el fin de lograr que éstos se identifiquen, se corresponsabilicen, y aumenten su productividad en el logro de las metas y objetivos de la misma organización.
2. La comunicación corporativa (relaciones públicas, creación de imagen), que es aquella que se dedica a crear, promover y mantener la imagen de la empresa o institución, así como de establecer relaciones amistosas, efectivas y de cooperación entre la organización y sus públicos internos, externos y especiales. De la misma manera, en este rubro se incorpora lo referente a los esfuerzos que se realizan por lograr la responsabilidad social de las organizaciones.
3. La comunicación mercadológica o publicitaria, que es la que busca vender los productos o servicios de la organización y lograr su aceptación y la fidelidad de los públicos o clientes externos.

Consideraciones finales

Se determina que el estudio realizado ha permitido abordar una breve investigación sobre el planteamiento teórico desarrollado a lo largo del artículo pretende introducir al lector a la importancia que la visión pragmática en las organizaciones transcomplejas, ya que ésta actúa como un factor que permite la coordinación de personas de una manera eficaz para facilitar el logro de objetivos y metas establecidas por la empresa. En base a la teoría expuesta se observa que la lingüística brinda elementos que aportan a la comunicación organizacional en cuanto a su epistemología y formas de entender lo que ocurre comunicativamente al interior de una empresa.

Asimismo, se plantea también la visión que deben poseer los gerentes o líderes dentro de las organizaciones; porque ellos, son los que deben estar en contacto directo con el talento humano, por lo cual, deben contar siempre con nuevas estrategias, salir de su zona de confort y sobre todo mirar más allá, es decir, predecir cualquier situación que se pueda plantear antes de que ocurra y brindar de alguna u otra forma la mejor solución posible. Porque de ellos depende que la organización alcance todas las metas y objetivos planeados y que su personal se desarrolle de manera eficiente prestando así un servicio de calidad y creando dentro de la empresa un clima organizacional





favorable para convertir una organización normal en una transcompleja; que brinde seguridad a sus trabajadores, clientes, proveedores y todos aquellos que conforman su entorno empresarial.

Referencias bibliográficas

- Arias, F. (1997). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Castiblanco & Asociados (2021). *La Comunicación en las Organizaciones*. Disponible en: <https://blogcastiblanco.medium.com>
- Cebrián, C. (2019). *Las Claves de la Comunicación Interpersonal*. Disponible en: <https://www.unir.net/salud/revista/las-claves-de-la-comunicacion-interpersonal>
- Chávez, C. (2007). *Investigación Iconográfica y Documental*. México: Edición Conaculta.
- Escandell, M. V. (2006). *Introducción a la Pragmática*. Barcelona: Ariel.
- Fernández P., M. (1996). *El campo de la lingüística aplicada*. Introducción, en M. Fernández Pérez (coord.), *Avances en Lingüística Aplicada*. Santiago de Compostela: Servicio de Publicaciones, 11-46.
- Gil, R. y Toba, C. (2009). *Hacia una Teoría de los modelos organizativos transcomplejos como aspiración socio-eco-planetaria*. Revista Visión Gerencial. N° 1, enero-jlío. Universidad de los Andes. Mérida. Venezuela.
- Mora, C. (2013). *Organizaciones Transcomplejas: Alcance y Repercusiones*. Disponible en: <https://entorno-empresarial.com/>.
- Navarro, R. (2004). *Del intercambio de mensajes a la producción de sentido: implicaciones de una perspectiva sociocultural en el estudio de la comunicación*. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.
- Pérez, J. (2023). *Pragmática: Qué es, orígenes, definición y concepto*. Disponible en: <https://definicion.de/pragmatica/>.
- Rebeil C., M. A. (2008). *Comunicación estratégica en las organizaciones*. Editorial: Trillas.
- Reyes, G. (1995). *El abecé de la Pragmática*. Madrid: Arco-Libros.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de Investigación*. Caracas: PANAPO. Trillas: México.
- West, R. y Turner, L. (2005). *Teoría de la Comunicación. Análisis y aplicación*. Editorial McGraw-Hill. España.

Semblanza de la Autora

Carmen Cecilia Herrera Villalobos

C.I.N° 13.970.888

Profesora en la Especialidad: Educación Inicial (UPEL).

Cursando Estudios de Maestría en Educación Inicial (UNEM).

Coordinadora de Cultura en el C.E.I.N. Bolivariano “Los Capachitos” Tinaquillo, Estado Cojedes. Correo electrónico: carmenceciliaherrera1020@gmail.com



REVISTA TRANSDISCIPLINARIA DEL SABER

(ISSN-L): 2959-4308

Volumen N° 8 Abril año 2024

transdisciplinariadelsaber@gmail.com

