

**XV Coloquio Internacional de Cuerpos Académicos y Grupos de
Investigación en Análisis Organizacional**

“Educación, Organizaciones e Instituciones en los Procesos
de Transformación Nacionales”
Homenaje a James G. March

La identidad organizacional desde una perspectiva de configuraciones

Mesa Temática: *Procesos de cambio e innovación en las organizaciones*

Modalidad: Temática

Raquel Cecilia Muñoz Cruz

racemuz1610@gmail.com

55 1655 7700

Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa.

San Rafael Atlixco No. 186, Col. Vicentina, Iztapalapa. C.P. 09340, México, D.F.

Guanajuato, Gto, México

23 y 24 de mayo de 2019

La Identidad Organizacional desde una perspectiva de configuraciones

Resumen

La Identidad Organizacional es un tema de discusión y controversia en el estudio de las organizaciones, al ser un concepto variable del cual no existe un consenso en su definición, sino más bien una pluralidad de enfoques y perspectivas de análisis. Por lo anterior, en este trabajo se discuten las diferentes perspectivas de análisis de la Identidad en las diferentes disciplinas como la psicología, sociología, antropología y los Estudios Organizacionales, así también se presenta una propuesta teórica-metodológica denominada Configuracionismo que surge como una crítica a las posturas funcionalistas, que incorpora la discusión sobre la subjetividad de los sujetos sociales como mediación entre las presiones estructurales y la definición de espacios de acción viable, para el estudio de la Identidad.

Palabras clave: Identidad, Identidad Organizacional, Configuracionismo, perspectiva metodológica

Introducción

El análisis y estudio de la identidad está adquiriendo mayor interés dentro de las Ciencias Sociales al tener un sentido multidisciplinario, pero también su análisis contribuye en la comprensión del significado de las organizaciones y del el rol y la condición humana dentro de la sociedad. Es susceptible de ser estudiada por prácticamente todas las disciplinas, sin embargo, esto no significa que exista una definición clara del término, sino que en palabras de Gonzáles (2012, p. 36) “dada la necesidad de explicar las realidades sociales cada vez más complejas, el esfuerzo por distinguir y delimitar el concepto de identidad se presenta ahora como un ejercicio teórico y metodológico cuya comprensión requiere de una mirada multidisciplinaria”. En otras palabras, la identidad más que intentarla

definir, es estudiada y analizada de diferentes perspectivas. Por lo anterior el objetivo de este trabajo es presentar una nueva forma de analizar a la Identidad en el análisis organizacional por medio de configuraciones, presentado en tres momentos. En el primero se discutirá la identidad y las formas de analizarla en las diferentes disciplinas, en el segundo momento se presentará la perspectiva *configuracionista* como alternativa de análisis, para que en el tercer momento se exponga una propuesta de análisis de la identidad por medio de algunas configuraciones y terminar con una reflexión final a modo de conclusión.

La identidad

Algunos autores de diferentes disciplinas como la Sociología, Antropología, Psicología, entre otras, coinciden en ver a la identidad como un proceso de construcción simbólica de identificación/diferenciación que se realiza sobre un marco de referencia heredado (territorio, clase, etnia, cultura, sexo, edad) (Chihu, 2002).

La identidad se incorporó al campo de las ciencias sociales a mediados del siglo XX a partir de las obras del psicoanalista austriaco Erick Erickson (1977) quien concibe a la identidad, como “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal” (p. 586); lo que se traduce en la percepción que tiene el individuo de sí mismo y que surge cuando se pregunta *¿quién soy?* En donde el individuo tiene conciencia de lo que es como persona y se reconocerse como miembro de un grupo, lo cual a su vez le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos, en otras palabras, la identidad

supone un ejercicio de autorreflexión que le permite al individuo reconocerse como miembro de un grupo.

Es así que autores como Henry Tajfel desarrollan la teoría de la identidad social, concibiéndola como el vínculo psicológico que permite la unión de la persona con su grupo. Además, considera que, para lograr ese vínculo, la persona debe reunir tres características: a) percibir que pertenece al grupo, b) ser consciente de que, por pertenecer a ese grupo, se le asigna un calificativo positivo o negativo, c) y, sentir cierto afecto derivado de la conciencia de pertenecer a un grupo (Chihu, 2002, p. 5-6). Por ello, el autor propuso que parte del autoconcepto de un individuo estaría conformado por su identidad social, esto es, “el conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él dicha pertenencia” (Tajfel, 1981, p. 255).

Sin embargo, el hecho de que los individuos experimenten que son diferentes a los otros no implica necesariamente que se identifican plenamente con el grupo al que pertenecen; pues, como plantean Perrault y Bourhis, es preciso hacer la distinción entre grado y calidad de la identificación. El grado se refiere a la fuerza con que se experimenta la diferencia con otros grupos; en cambio, la calidad de la identificación equivale a la atracción que siente el individuo hacia el propio grupo (Morales, 1999, p. 82). Por ejemplo, alguien que dice que se siente orgulloso de ser mexicano cuando se encuentra con extranjeros en otro país, pero no ocurre de la misma forma cuando están con mexicanos como ellos.

Henry Tajfel concluye que la identidad social se integra de tres componentes: los cognitivos son los conocimientos que tienen los sujetos sobre el grupo al que se adscriben, los evaluativos se refieren a los juicios que los individuos emiten sobre el grupo, y los afectivos tienen que ver con los sentimientos que les provoca pertenecer a determinado grupo. Y junto con Turner desarrollan la Teoría de la Auto-Categorización del Yo (TAC), que tuvo como objetivo comprender los fundamentos psicológicos de la discriminación entre grupos, compuesta por cuatro elementos: (1) Categorización: se pone a los otros dentro de categorías, es decir, se etiqueta. (2) Identificación: El individuo se asocia con determinados grupos para reafirmar la autoestima. (3) Comparación: Se comparan los grupos, percibiendo un sesgo favorable hacia el grupo al cual el individuo pertenece. (4) Distinción psicosocial: Se espera que la identidad del grupo al cual el individuo pertenece sea a la vez distinta y positivamente mejor que la de los otros.

Es así que la Identidad se genera a través de un proceso social en el cual el individuo se define a sí mismo, a través de su inclusión en una categoría y la su exclusión de otras. Además, su pertenencia al grupo requiere del reconocimiento de los otros individuos con los que se relaciona; por ello se dice que la identidad emerge y se reafirma en la medida en que se confronta con otras identidades, en el proceso de interacción social.

Por otro lado, las perspectivas sociológica y antropológica sobre la identidad centran su atención en los actores sociales sobre sí mismos; de ahí que conciben a la identidad como una construcción subjetiva, determinada por el contexto social;

por ello consideran que los mecanismos a través de los cuales se construye la identidad no son siempre los mismos, puesto que se da una pluralidad de pertenencias sociales y por un gran abanico de repertorios culturales, donde primeramente los individuos van aprendiendo el bagaje cultural que requieren para vivir en sociedad (como roles y comportamientos) y posteriormente van apareciendo otros agentes (religión, escuela, amigos, etc.) que les permiten adquirir los conocimientos necesarios para convivir con los integrantes de su grupo y con los otros (Mercado & Hernández, 2010).

En este mismo sentido, Habermas (1987) distingue dos fases de integración de la identidad: la simbólica en la que la homogeneidad del grupo se encuentra unida por valores, imágenes, mitos que constituyen su marco normativo; y la segunda fase es la integración comunicativa, en donde la marcada especialización trae consigo una diversidad de espacios sociales y culturales y una ruptura de creencias, y en donde la identidad se presenta en forma más abstracta, de tal manera que las normas, imágenes y valores ya no pueden ser adquiridas por medio de la tradición, sino por medio de la interacción comunicativa, que implique un papel activo de parte de los individuos para que logre una identificación con el grupo. Bajo estas premisas, la identidad pasa a ser una elección en la reflexibilidad por parte de los individuos qué hace que estos se identifiquen más con un grupo que con otro. Aunque esto no quiere decir que los individuos se lleguen a asumir en su totalidad el complejo simbólico cultural del grupo al que estén adscriptos, sino que, en realidad, una vez que lo aceptan, lo resignifican nueva y continuamente de acuerdo con las condiciones sociales predominantes.

Sin embargo, se encuentran planteamientos que consideran que la teoría de la identidad forma parte de una más grande: la del actor social. Como es el caso de Mead (1993) que concuerda que la identidad se forma de la interacción social y la importancia del otro como parte del sí mismo. De la misma forma para Goffman (1959) la identidad es el resultado de una construcción subjetiva de los actores sociales de acuerdo a los significados y símbolos producidos por la interacción humana, estudió la interacción de las personas en pequeños grupos, en donde hace una analogía del sí mismo como una representación en donde intervienen actuaciones estratégicas de acuerdo a los recursos y escenarios disponibles.

Giménez (1997) por su parte afirma que el hombre moderno está definido por una pluralidad de sus pertenencias sociales, que “implica la inclusión de la personalidad individual en una colectividad hacia la cual se experimenta un sentimiento de lealtad” (p.6) en donde en un primer momento pertenece a sus progenitores, posteriormente a sí mismo, después a su pareja, por último a su profesión, además de que también pertenecen a un estrato social, y es esta pluralidad de pertenencias la que define y constituye su identidad personal. Así también ve a la identidad colectiva como una construcción subjetiva, resultado de las interacciones cotidianas, a través de las cuales los sujetos delimitan lo propio frente a lo ajeno. Y define a la identidad como un proceso subjetivo (y frecuentemente auto-reflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo (Giménez, 2010).

Una postura diferente la encontramos en De la Garza (1997), que para él la construcción de la identidad puede resultar de las experiencias cotidianas (de elementos subjetivos cognitivos, valorativos, sentimentales, de la personalidad, estéticos, discursivos o de formas de razonamiento), pero también puede darse en situaciones extraordinarias o rupturas que lleven a procesos rápidos de creación subjetiva, asimilaciones bruscas, re-jerarquización de elementos, rupturas subjetivas, etc. Lo que hace pensar que la identidad no sea homogénea. También puede suceder que los sujetos al compartir la cultura, las estructuras e interacciones es posible que generen significados de pertenencia similares que les permita construir una identidad colectiva, sin embargo, siempre habrá lugar para la capacidad de significación y agencia de los sujetos y, por tanto, la posibilidad de existencia de heterogeneidades, contradicciones y discontinuidades en las identidades.

En este sentido la identidad será vista como “un repertorio simbólico que sobre la base de procesos de identificación/diferenciación delimita fronteras poniendo en juego una determinada configuración en donde pueden intervenir actores, procesos, estructuras, valores, conocimientos, sentimientos, estética y formas específicas de razonamiento, entre otras” (De la Garza, s/f). Y como “la forma específica de subjetividad en tanto sentido de pertenencia colectiva, con sus signos compartidos, sus mitos fundacionales, su lenguaje, su estilo de vida, sus modelos de comportamiento y en niveles superiores y enemigos compartidos...” (De la Garza, 1998, p. 87). Es decir, para este autor la identidad puede analizarse a través de la constitución de códigos simbólicos expresables en signos que

pueden relacionarse a cualquier interacción humana donde la mediadora entre las estructuras y la acción social que refieren al ámbito en el cual el sujeto se encuentra será la subjetividad.

Identidad Organizacional

La Identidad Organizacional, es un término que fue introducido en los Estudios Organizacionales del lado anglosajón por Albert y Whetten en su artículo “Organizational Identity” en 1985. Partiendo de preguntas como ¿Quiénes somos? o ¿Qué queremos ser? Y determinando tres criterios para definir la Identidad Organizacional: 1) *Un carácter central*: que distingue a la organización con base en algo importante y esencial; 2) *Un carácter distintivo*, la identidad abarcará características que permitirán una distinción de otras organizaciones, y; 3) *Un carácter duradero* este carácter se refiere al hecho de que la identidad puede cambiar o perderse por la evolución que presenten las organizaciones al paso del tiempo.

Albert y Whetten (1985) también introducen el término de identidades duales o híbridas, en las cuales las organizaciones pueden tener al menos dos identidades: una en la cual cada unidad dentro de la organización exhibe las identidades de la organización y otra en la cual cada unidad interna exhibe sólo una identidad. Dividen a las identidades híbridas en ideográficas, las cuales se comparten en determinadas áreas de la organización y holográficas que implican un consenso de todas y que comparten características comunes. Sin embargo, esta idea es para aquellos que consideran a la identidad como la esencia de la organización

algo que no sería posible, y argumentan que las identidades múltiples solo forman parte de una sola identidad (González, 2012).

Dutton y Dukerich (1991) explican que la Identidad Organizacional es un concepto que describe la percepción que tienen los miembros de la entidad en cuanto a su carácter, y se complementa con la imagen que ellos mismos construyen a partir de los atributos que creen que la gente fuera de la organización utiliza para distinguirla del resto de las organizaciones. Desde esta perspectiva, se considera que la “imagen e identidad guían y activan las interpretaciones individuales sobre un asunto y las motivaciones para la acción sobre ello, y tales interpretaciones y motivaciones afectan los patrones de la acción organizacional a lo largo del tiempo” (Dutton y Dukerick, 1991, p. 517). De esta manera, las organizaciones se adaptan y cambian ante las presiones del ambiente.

Otros autores como Hatch y Schultz (2005) definen a la Identidad Organizacional como procesos interrelacionados en donde la cultura y la imagen influyen en esta y viceversa. En esta perspectiva, la cultura organizacional es “el contexto de las definiciones internas, mientras que las imágenes organizacionales son el sitio de las definiciones externas de la identidad organizacional” (p.116). En donde la imagen organizacional, será el conjunto de visiones sobre la organización sostenida por aquellos participantes externos a esta. Y, por otro lado, la cultura organizacional se refiere a los supuestos, creencias y valores para dar sentido, incluyendo la auto-definición interna. Consideran que la identidad no es totalmente

cultural ni totalmente basada en la imagen, sino que se encuentra construida por un conjunto dinámico de procesos que interrelacionan ambos.

Por otra parte, Corley, Gioia y Fabbri (2008) consideran que la Identidad Organizacional consiste en las etiquetas compartidas para describir el “sentido del ser” entre los miembros de la organización y los no miembros, pero también en los significados asociados con esas etiquetas. Sin embargo, los cambios organizacionales producen ambigüedad de la identidad, la cual ocurre principalmente en el nivel de los significados, ya que las viejas etiquetas de la identidad existen sin embargo ya no aplican, y las nuevas etiquetas de la identidad están en proceso de tomar sentido para los miembros, en otras palabras, consideran que la identidad tiene la característica de adaptarse a las percepciones cambiantes de sus participantes (Corley y Gioia, 2004).

Barba (2001, p. 445) menciona que “...se pueden identificar dos vías dominantes para la construcción de la historia: la formal, que se encuentra en los espacios formales de la organización, como son organigramas, archivos, memorias, documentos internos, publicaciones, convenios, por nombrar solo algunos, y que dejan memoria de orden y racionalidad; y la informal y simbólica, que da cuenta de la irracionalidad, la anarquía, la incertidumbre que no queda registrada, pero que también contribuye substantivamente a la existencia de la organización. Esta historia se puede encontrar, principalmente, en los relatos, los artefactos, los ritos, los comportamientos y actitudes de los actores organizacionales. La confluencia

de estas dos vías nos permite entender la acción social que contribuye a la construcción de la Identidad Organizacional.”

En este mismo sentido Montoya (2007, p. 24) afirma que “[...] la Identidad Organizacional es la personalidad que tiene la organización, personalidad que es la unión de su historia, de su filosofía del trabajo, de su ética, es decir, la identidad de la organización es el conjunto de características, valores y creencias con que la organización se auto identifica y auto diferencia de las otras organizaciones”, en otras palabras, los rasgos de la identidad organizacional están comprendidos en el concepto de cultura, en el sentido que son elementos establecidos, conocidos y compartidos por sus miembros.

Como podemos observar el concepto de Identidad Organizacional se sigue redefiniendo, y cada vez toma más importancia en los Estudios Organizacionales, concentrándose no tanto en definir a la Identidad Organizacional sino en la forma en como es abordada y analizada. Los investigadores organizacionales se han expandido en la noción de que la Identidad Organizacional ya no se puede ver como una sola en toda la organización, sino que se empieza a hablar de varias identidades, las características expuestas por Albert y Whetten (1985) de lo central, distintivo y duradero en la Identidad Organizacional, aunque aún sigan siendo discutidas han dado paso a lo que es dinámico, flexible e inestable (Corley, 2004; Gonzales et al, 2014). De acuerdo a Whetten (2006; en Gonzales et al, 2014) la Identidad Organizacional en su concepción está sufriendo una crisis de identidad, al haber autores que la entienden como un conjunto de fragmentos, en

ocasiones incompatibles, a diferencia de otros que sugieren que la Identidad Organizacional es estable y consistente. En el siguiente apartado se describirá como algunos autores han estudiado a la Identidad Organizacional.

Perspectivas de estudio de la Identidad Organizacional

Alvesson, Lee Ashcraft y Thomas (2008), realizan un análisis de la Identidad Organizacional basándose en Habermas (1972), el cual, divide en tres enfoques cognitivos subyacentes de la investigación humana: el primero, la investigación funcionalista, la cual se sustenta en relaciones de causa y efecto, se orienta a estudiar la identidad en aspectos relacionados con la gestión comercial, como medio para mejorar la efectividad organizacional; la segunda, la hermenéutica busca la comprensión de las experiencias culturales humanas, la comunicación para generar y transformar el significado. Los enfoques hermenéuticos prácticos para la identidad se centran en cómo las personas elaboran sus identidades a través de la interacción, la identidad es esta perspectiva es vital para comprender la relación compleja, dinámica y en desarrollo entre el yo, el trabajo y la organización; y finalmente la investigación de la identidad de acuerdo a los estudios críticos, ponen atención en las relaciones de poder y en formas que las personas pueden liberarse de las diversas relaciones represivas que tienden a limitarlas implementadas por las organizaciones. Los estudiosos críticos se han acercado a la identidad como una forma poderosa de entender las relaciones contemporáneas de control y resistencia.

Gonzales (2012) en su artículo *Identidad Organizacional: Marco Teórico para el Análisis Organizacional* realiza una revisión documental y hemerográfica en la cual divide el estudio de la identidad en cuatro temas de análisis: (1) Múltiples Identidades, en donde la identidad se encontrará compartida por todos los miembros de la organización y se desarrolla por medio de múltiples dimensiones en las definiciones de los miembros de una misma organización cuando éstos definen quiénes son; (2) Estabilidad y cambio en la identidad organizacional, en donde se mira a la identidad como un proceso que trae implícito la inestabilidad y la adaptación; (3) Identidad como narración y discurso, aquí la identidad se construye por medio del lenguaje que es usado para generar significado, tanto para sí mismo como para los otros, y; (4) Audiencia e identidad, en la cual la identidad es relacionada con temas como comunicación dentro de las organizaciones en donde intervienen los medios de comunicación, las comparaciones y amenazas y la audiencia organizacional.

Posteriormente este autor junto con Gentilin y Ocampo (2014) distinguen una serie de paradigmas, perspectivas y debates en torno a al estudio de la Identidad Organizacional, como resultado de 92 artículos revisados en 10 de las principales revistas del mundo, entre 2000 y 2011, de este análisis identificaron las siguientes perspectivas de análisis: a) la Narrativa y el discurso, en donde el discurso en la identidad es crucial en los intentos de establecer, legitimar o desafiar las relaciones dominantes de poder y estatus, que implica maniobras sociales y juegos de poder; b) la construcción de la identidad, es un proceso cognitivo permanente, de los empleados, que dependen de múltiples modalidades para

asimilar la realidad organizacional, con la capacidad de abordarlo de diferentes maneras, y de diferentes perspectivas de dicha experiencia; c) la regulación y la resistencia, hacen referencia a las estrategias de regulación de Identidad Organizacional por parte de los mandos gerenciales dirigidos a influenciar la manera en que los empleados resuelven los conflictos que se generan en las organizaciones, o como una forma de control por medio de la estandarización y la supervisión directa, donde la subjetividad del trabajador es vista como un producto de los mecanismos disciplinarios y de técnicas de vigilancia y estrategias de poder.

A lo largo del estudio de la identidad, esta ha sido analizada de diferentes maneras y es tema de estudio en casi todas las disciplinas, muchas de esas investigaciones ven a la identidad como un concepto importante en la vida del individuo que vive en sociedad. Sin embargo, la Identidad Organizacional no está definida del todo, las perspectivas de análisis existentes aún se siguen discutiendo, y surgen nuevas formas de analizarla.

Como se observó en el bagaje teórico que se realizó, la mayoría de los autores estudian a la identidad de diversas maneras y con diferentes enfoques, varios de ellos coinciden que el tema de la identidad está muy relacionado con la cultura, el significado, la subjetividad, la imagen, el simbolismo y las interacciones a nivel individual como social.

Es así que mi propuesta e interés de estudiar la Identidad Organizacional gira en torno a analizarla por medio de una configuración de estructuras, subjetividades y

acciones donde los significados culturales, relaciones de poder, y el control permiten ver las relaciones que se dan entre los participantes y así generar su identidad hacia la organización. Y que analiza a la identidad como una construcción en la que intervienen estructuras que habría que descubrir, junto a subjetividades que habría que desentrañar, e interacciones entre los sujetos involucrados, en una red de códigos cognitivos, emocionales, estéticos y morales, provenientes de la cultura, donde el sujeto tendría cierta capacidad de agencia en su construcción, a partir de estas configuraciones de significados de pertenencia, en una situación concreta de presiones estructurales e interacciones.

El configuracionismo

El Configuracionismo surge como una crítica las posturas funcionalistas de explicar la realidad y nace como una propuesta teórica-metodológica que reconstruye la realidad; y plantea que los sujetos encuentran siempre espacios de posibilidades para la acción, visión que permite entender la acción con base a un conjunto de variables estructurales y relacionales que se vinculan con elementos subjetivos y que es posible identificar empíricamente (Hernández, 2007, p. 235). Esta propuesta parte de que lo real tiene una dimensión objetiva y otra subjetiva que se articulan en múltiples niveles, además de que la realidad se encuentra mediada por el lenguaje, la cultura y la subjetividad.

Por lo anterior, esta propuesta se puede entender como una crítica al positivismo, y método hipotético-deductivo (De la Garza, 2012) y a diferencia de esto incorpora

la discusión sobre la subjetividad de los sujetos sociales como mediación entre las presiones estructurales y la definición de espacios de acción viable.

Los sujetos desde esta perspectiva se desenvuelven dentro de un contexto de contradicciones y disyuntivas en que las dimensiones sociales, económicas, culturales y subjetivas se encuentran entrelazadas (Hernández, 2003).

En cuanto respecta al triángulo estructuras-subjetividad-acción, base de la propuesta *configuracionista*, plantea que las acciones se encuentran limitadas por estructuras que no eliminan la capacidad del sentido, que, al contrario, cuando se presente el momento estos límites pueden generar acciones, en donde la práctica y la subjetividad se conectan y el significado generado acompaña el resultado; reconociendo que en la acción están presentes, la cultura, el poder y el interés.

Vale la pena delimitar lo que se entiende por cada uno de los elementos que lo componen. El primero, *las estructuras*, tiene que ver con relaciones sociales que presionan el actuar de los sujetos al escapar a su control directo. En la vida social los sujetos se enfrentan y se encuentran en las estructuras de forma consciente o inconsciente para desenvolverse y éstas pueden parecer ajenas, pues ellas están a un nivel superior de la interacción cara a cara, sin embargo, ellas posibilitan y constriñen a las configuraciones subjetivas que median para que la acción social sea posible, pero no las determinan. Las estructuras son heterogéneas entre sí en el tipo de prácticas que las forman y los niveles de realidad en que se desenvuelven y presentan discontinuidades y contradicciones entre las dimensiones que las componen. Por eso no las entendemos como sistemas sino

como configuraciones que se objetivan en relaciones, instituciones, subjetividades, objetos simbólicos, normas sociales, ordenamientos jurídicos y procedimientos burocráticos (De la Garza, 2006). Entre las configuraciones estructurales se pueden dar predominancias de unas sobre otras, una que articula a las demás, con dinamismos diferentes entre sí, y a distintos niveles de realidad.

El eje de *la subjetividad*, al definir al sujeto como construcción social, la subjetividad es el proceso a través del cual los sujetos perciben, sienten, representan y piensan los significados de los mundos en que se desenvuelven, apropiándose los, reelaborándolos y produciendo otros, para dar sentido y decidir su acción. De tal forma que la subjetividad se manifiesta a través de discursos y prácticas. De forma sintética, De la Garza (2003) la define como aparato de dar sentido y decidir la acción. Los significados son procesados subjetivamente utilizando códigos que proceden de las culturas, y las formas en que se hacen comunes se logran raras veces por consenso, implicando las más de las veces relaciones de poder.

Y finalmente, *la acción* es aquello donde se puede realizar la emancipación desde el momento presente y sus implicaciones en el futuro, para transformar la realidad. Asumimos que la acción está envuelta de significado, por el hecho de que los sujetos requieran del entendimiento para interactuar, pero la acción también es poder de convencer, engañar e influir, así como para vencer, ganar, dominar, apoderarse y colonizar, en función reproductiva o productiva (De la Garza, 2003).

Los conceptos que hemos expuesto hasta acá son producto de articulaciones heterogéneas y discontinuas a diferentes niveles y penetrados entre sí. Desde este enfoque la realidad no capta a cada uno por aparte, sino que lo hace desde las articulaciones entre ellos; articulaciones sólo captables en proceso, pues son movimiento. Las estructuras presionan, posibilitan y canalizan interacciones mediadas por procesos de dar sentido. Las configuraciones subjetivas brindan a los sujetos la percepción e interpretación de las estructuras sobre las cuales desarrollan su acción y toman decisiones, y en las acciones se manifiestan la imbricación entre estructuras y subjetividades para volver a recomenzar el ciclo referido a situaciones concretas.

A nivel teórico-conceptual, pueden existir configuraciones como conceptos desarticulados de sus teorías de origen, que pueden ser mezclados con términos del lenguaje cotidiano en distintos niveles y con relaciones fuertes o débiles. (De la Garza Toledo, 2010, p. 48). A nivel metodológico, la configuración es una guía heurística para ordenar y captar la realidad como arreglo de configuraciones estructurales, subjetivas, acciones. A nivel de estructuras, las configuraciones pueden ser de relaciones sociales, artefactos, monumentos o instituciones; pero también de costumbres, rituales, mitos, reglas y códigos para dar significados (De la Garza Toledo, 2012). A nivel de las acciones, las configuraciones se pueden ver como articulaciones de relaciones o interacciones, permeadas por el poder y la cultura, como intercambio y construcción de significados, presionadas por estructuras objetivadas de las que los sujetos pueden ser consientes o no, establecidas a partir de o con anclaje en algún mundo de vida (De la Garza, 2010).

A nivel de la subjetividad, las configuraciones subjetivas serían redes específicas o de códigos para dar sentido a la situación concreta (De la Garza, 2010).

Ahora bien, como una parte central del conjunto de códigos es posible distinguir a la identidad, que sería una configuración de códigos que permite lograr un sentido de pertenencia (De la Garza, 2011).

La Identidad Organizacional y sus configuraciones

El estudiar a la identidad como configuración es porque en las investigaciones realizadas en los Estudios Organizacionales no existe hasta el momento una investigación enfocada al estudio de la Identidad Organizacional con esta perspectiva metodológica, así también consideramos que el estudiarla por niveles entre estructura, subjetividades y acciones nos proporciona una visión más completa de la realidad, para comprender de mejor forma el tejido de configuraciones que se genera en torno a la generación o no de la identidad Organizacional.

Es así que siguiendo el razonamiento de la propuesta *configuracionista* se propone pensar a la identidad como una configuración que se encuentra influenciada por otras configuraciones que la permean. Y es por eso que se habla de una configuración de configuraciones. Las configuraciones se elaboran a partir de la teoría a través de una serie de conceptos ordenadores y dimensiones que nos permitan adentrarnos en la realidad empírica.

El ver a la Identidad como una configuración de configuraciones nos ofrece como ventajas: a) ubicar a la configuración de la Identidad organizacional en un contexto histórico (como ha sido estudiada al paso del tiempo) y las transformaciones que se van dando (nuevas formas de analizarla); b) considerar los aspectos objetivos y subjetivos; y c) considerar sus situaciones conflictivas y contradictorias que la generan o evitan su desarrollo.

En otras palabras, nos permite ampliar el análisis de la identidad, de una manera que no ha sido abordada por los Estudios Organizacionales, pero además de que incorpora conceptos de análisis que han acompañado varias investigaciones sobre Identidad Organizacional, la diferencia radica en que han sido ampliados de manera tal que pueden dar cuenta de aspectos diferentes que no han sido abordados.

Consecuente a lo anterior, para poder abordar metodológicamente la identidad de acuerdo a esta propuesta, se deberá delimitar de manera analítica las configuraciones que se deseen abordar para el análisis; en este sentido después de la revisión literaria realizada en los apartados anteriores y al tener claro que al existir una multiplicidad de formas de analizar a la identidad, y en concordancia con lo que postulan algunos autores como De la Garza (2001) y Hernández (2003) de ver a la Identidad como una producción de significados que se configuran en la interacción de reglas y normas sociales, el lenguaje, el control y las relaciones de poder. Es que se propone analizar a la identidad como una configuración subjetiva permeada por significados culturales y relaciones de poder, donde el control

permite ver las relaciones que se dan entre los actores involucrados. Es decir, analizar a la Identidad Organizacional como aquella que cruza y se genera entre el conflicto, el poder, la cultura y la subjetividad de la organización y que permite que los individuos se muevan entre las estructuras-subjetividades-acciones que les genere o no una identidad hacia la organización.

Siguiendo este mismo tenor podemos proponer como conceptos ordenadores – la cultura, la subjetividad, las relaciones de poder y control ampliado – puestos que algunos de estos conceptos ya han sido abordados en el análisis de la Identidad Organizacional, pero desde otras perspectivas.

Lo anterior no quiere decir que en el camino se pueden incorporar nuevos conceptos o abandonar otros, puesto que esta condición la permite el análisis de las configuraciones. Una vez que se hayan decidido cuales conceptos ordenadores analizar, se deben desglosar en dimensiones y en indicadores concretos de análisis de orden estructural, subjetivo y de interacción, con el objeto de comprender cómo se construye la configuración del objeto de estudio. De este modo se visualiza a la Identidad como el resultado de diversas relaciones sociales donde las costumbres, los hábitos, la subjetividad, relaciones de poder y control, así como las resistencias tienen un papel primordial en la conformación o la no generación de la Identidad en escenarios diversos. Por lo cual, a nivel estructural en nuestra propuesta, lo que interesa es analizar las estructuras como hechos que constriñen a la acción y a la producción de significados. En tanto que, en la subjetividad, nos interesa identificar qué códigos culturales son tomados y de qué

manera son articulados para dar significado a la situación concreta y el significado que generan y le dan a las estructuras y a las acciones. Sin embargo, esta propuesta de análisis excede a una elaboración del total de configuraciones de la Identidad presentes en el mundo de las organizaciones, pero se pueden acotar las configuraciones de acuerdo al problema de investigación que se desee plantear.

Si retomamos los conceptos ordenadores anteriormente expuestos – la cultura, la subjetividad, las relaciones de poder y control ampliado – podemos realizar el ejercicio que propone esta perspectiva metodológica de una forma breve, puesto que esto incluye una discusión más extensa de cada concepto ordenador.

Se definen los conceptos ordenadores y posteriormente se dividen en las dimensiones e indicadores concretos en los que se desean analizar. El objeto de definir cada concepto ordenador es que se discuta qué configuraciones de cada concepto ordenador contribuirá al estudio y análisis de la identidad, en este caso si definimos a la Cultura como los valores, creencias e ideales que los miembros de una organización comparten y que se manifiestan por aquellas tradiciones, mitos, ritos, lenguaje, artefactos, reglas compartidas etc., que impacta en la organización, la mantienen unida y contribuye a la construcción de la identidad organizacional, estos tradiciones, mitos, ritos, lenguaje, artefactos, reglas compartidas, serán las dimensiones que deseamos analizar de la cultura y que nos proporcionarán información sobre la identidad de los sujetos en el caso de estudio. Además de que cada dimensión la podemos dividir en subdimensiones e indicadores concretos, como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1

Concepto ordenador: Cultura

Dimensión	Sub-dimensión	Indicador concreto
Tradiciones	Celebraciones donde se integran o no a los trabajadores subcontratados en las diferentes organizaciones (contratista y subcontratista)	Tradiciones y costumbres de la empresa que se manifiestan en fiestas, premios o reconocimientos.
Ritos	Ceremonias o actos que se realizan con el afán de reconocer situaciones específicas tanto en la organización contratista como en la organización cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Ceremonias de reconocimientos a empleados del mes • Ceremonias de reconocimiento por antigüedad de los trabajadores • Actos de entrega de bonos o gratificaciones a empleados por su productividad
Lenguaje	Formal	Lenguaje utilizado por los trabajadores para comunicarse con los clientes o los mandos superiores.
	Informal	Lenguaje cotidiano utilizado entre los trabajadores en su proceso de trabajo.
Mitos	Relatos de la organización que se preservan entre los miembros de esta.	<ul style="list-style-type: none"> • Historias del origen de la organización • Relatos sobre las acciones de los dueños o gerentes de la organización
Artefactos	Objetos y características que distinguen a la organización y que comparten los miembros	<ul style="list-style-type: none"> • Logotipos de la organización • Diseño de las Instalaciones • Vestimenta • Estacionamiento reservado

		<ul style="list-style-type: none"> • Gafetes
Reglas compartidas	Tipos de instrucciones que comparten los miembros de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Valores • Reglamentos • Metas asignadas

Uno de los supuestos de los que partimos es que en la Identidad se encuentra la cultura como una estructura que permite generar sentidos. Por lo tanto, consideramos importante precisar el concepto de Cultura. Autores como Giménez (2003) establecen una relación estrecha entre cultura e identidad al afirmar que la identidad está conformada por una serie de elementos culturales (como los valores o símbolos) que distinguen a los actores sociales en determinadas situaciones dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado. Con esta lógica, la concepción simbólica y la construcción de la identidad es un proceso cultural e intersubjetivo que depende de la interiorización de las representaciones sociales. Las organizaciones definen su cultura a partir de sus relaciones al interior y el exterior de la misma, la identidad de la organización entonces se irá conformando por las mismas relaciones.

Es así, que, aunque Cultura e Identidad no es lo mismo si están estrechamente relacionadas, puesto que la identidad es un efecto de la cultura, que en la metáfora de Tappan (1992, p. 88) “la identidad son las raíces que dan un sustento y sentido de pertenencia, pero ello debe existir en una tierra, donde se fijen esas raíces y una sustancia que la nutra, y eso es la cultura”. Esto implica que la Identidad se trata de una construcción que los miembros de una comunidad realizan, a partir de la cultura que poseen, en un contexto social determinado.

En el caso de la Subjetividad la podemos definir como el proceso de dar sentido a situaciones concretas, que pueden agruparse en campos parcialmente configurados de significación, entre los cuales se encuentran el campo cognitivo, de valores morales, de razonamiento cotidiano, de sentimientos y campo estético (De la Garza, 1992).

El proceso de creación de significado al que hace referencia la subjetividad responde a formas específicas de razonamiento que ponen en juego campos parcialmente estructurados que se movilizan en el proceso subjetivo, en otras palabras, los códigos que se generan en la identidad, pueden agruparse en campos parcialmente configurados de significación, que pueden entrar en contradicción y dominancia entre ellos al momento de articular significados. Y que esta subjetividad puede ser influenciada por sentimientos o emociones de manera positiva o negativa, dependiendo de significado que tiene el hecho para el individuo en particular. Las dimensiones e indicadores concretos que se proponen para el estudio de la identidad se muestran en la tabla 2.

Tabla 2

Concepto ordenador: Subjetividad

Dimensión	Sub-dimensiones	Indicador concreto
	Información basada en la experiencia	Eventos vividos a lo largo de la vida del trabajador y sucesos externos a este que lo hicieron llegar a donde se encuentra actualmente y forman parte de su autobiografía
	Información formal	Supuestos teóricos o empíricos de diferentes disciplinas que se adquieren e influyen en las

Campo cognitivo		decisiones de decisiones de los trabajadores subcontratados
	Creencias	<ul style="list-style-type: none"> • Externas originadas de explicaciones culturales recibidas para la interpretación y comprensión de ciertos fenómenos y la comprensión determinada de ciertos discursos. • Internas que surgen del propio pensamiento, experiencia y convicciones.
	Memoria	Hechos o situaciones que el trabajador subcontratado codifica, almacena y recuperar del pasado
Campo sentimental	Componentes afectivos	<ul style="list-style-type: none"> • Odio • resentimiento, • envidia • celos • orgullo, etc.
	Percepciones psicológicas	<ul style="list-style-type: none"> • preocupación • incredulidad • culpabilidad • felicidad, etc.
	Procesos de expresión	<ul style="list-style-type: none"> • manifestaciones corporales • gestos • tonos y matices de voz
Campo de los valores morales	Forma de conducirse de acuerdo a los valores morales que los rigen	<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Bondad • Sinceridad • Respeto • Lealtad • Agradecimiento • Solidaridad
Campo estético	Percepción de lo bello	Significados y sentido que se experimenta, se percibe y se recuerda sobre lo “agradable”, lo admirable, lo lindo, etc.
Campo de razonamiento cotidiano	Pragmático	Uso práctico del conocimiento
	Probabilístico	Se actúa de acuerdo al hábito, costumbres y tradiciones.
	Imitación	Acciones basadas en valores sociales, sentimientos e ideologías

En lo que concierne al Control De la Garza (2010) comenta que las formas de control implican ciertas interacciones igualitarias o jerárquicas, y que estas interacciones ponen en juego símbolos en sus intercambios o negociaciones, que implican reglas formales e informales, en relaciones con determinadas estructuras.

Algunos autores como Alvesson, M. y H. Willmott (1997 en Montoya 2007) analizaron a la identidad como una forma de control que necesita ser reconocida para promover la emancipación de los trabajadores. Aunque el estudio de la identidad no se relaciona mucho con las formas de control, es importante analizar el control como un medio de generación de la identidad por los significados que los trabajadores generan de acuerdo a sus experiencias que definirán su sentido subjetivo e identitario.

Un tema prioritario, con relación al control y la resistencia en el trabajo, que influye en el proceso de constitución de la identidad colectiva, es la del Poder. Por lo mismo, las relaciones de poder es otra configuración de análisis en esta propuesta al ser un tema que siempre ha existido en las organizaciones, este juega un papel importante en el sentido en que siempre está presente en diferentes aspectos como en el lenguaje, las actitudes, las acciones físicas, las reglas, el conocimiento, entre otros. De acuerdo a Clegg y Hardy (1996) el poder es visto como fenómeno normal y necesario para el orden organizacional, implícitamente denota una obediencia per se en las prácticas organizacionales y la identificación como proceso impuesto. De esta forma, se observa al individuo bajo dos

concepciones: 1) el individuo que domina y controla bajo su rango en la posición jerárquica que ostenta por su conocimiento y 2) el otro que obedece porque así debe ser. Y al existir en todos los niveles organizacionales es lógico pensar en el hecho de que estará implícito en la generación de significados que definirán parte de la Identidad.

Autores como Thompson (1993) nos plantea que la identidad responde a la percepción y articulación de intereses comunes identificados como contrapuestos frente a los intereses de otros siendo producto de la experiencia cotidiana (en la mayoría de los casos conflictiva). Pero esta postura solo hace referencia a una parte de la construcción de la identidad.

Por ello, en esta propuesta se adopta una concepción sobre el poder y su ejercicio considerando, en primer lugar, la importancia de las estructuras en el ordenamiento de ciertas posiciones sociales objetivas que influyen en la conformación y definición de relaciones sociales asimétricas; en segundo lugar, dichas estructuras al ordenar y limitar la acción de los sujetos no lo determinan de forma absoluta, sino que le establecen el espacio de posibilidades en el que el sujeto, de manera objetiva, puede actuar y que, con relación al poder, le ofrece opciones para su ejercicio. Y, finalmente, el tercer aspecto está relacionado con el papel de la subjetividad de los actores en las relaciones de poder. Que previo a la concreción de acciones por parte de los sujetos, éstos configuran diversos códigos de significado que le dan sentido a su experiencia social objetiva. En este sentido el sujeto al encontrarse inmerso en determinadas relaciones sociales

diferenciadas y desiguales, construye subjetivamente una representación y sentido de su mundo social cotidiano que le permite definir la decisión para actuar de una forma o de otra, sin que esto sea un proceso totalmente surgido por la racionalidad, sino que pueden influir aspectos subjetivos como las emociones, los sentimientos, el sentido común, el sentido de lo estético, etc. Así, quien domina no lo hace de una manera absolutamente racional, sino que en la decisión para determinar las formas en que ejerce el poder, adicionalmente a las limitaciones objetivas, pueden incluirse aspectos subjetivos y culturales. Entre las Dimensiones e indicadores concretos en esta propuesta se encuentran los siguientes:

Tabla 3

Concepto ordenador: Control y relaciones de poder

Dimensión	Sub-dimensión	Indicador concreto
Conocimiento del Control	Control formal	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la regulación de la prestación del servicio • Relación jerárquica • Formas de Sanción • Aspectos impuestos • Aspectos negociados
	Autodefinición de cómo trabajar	<ul style="list-style-type: none"> • Libre u organizado • intervención de la organización (limitaciones impuestas por la organización). • participación del cliente en la definición de cómo trabajar
Control del trabajo	Saber hacer	Contar con las calificaciones necesarias para el desarrollo del trabajo
	Condiciones de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Jornada de trabajo • Seguridad Social • Ausencia de prestaciones • Arreglos para cubrir la falta de prestaciones sociales • Manejo de días económicos o

		permisos
		<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos
Tipo de control	Control Directo	Mecanismos de control incorporados en la regulación del servicio por parte de los supervisores o jefes directos.
	Control burocrático	Por medio de la estandarización de actividades ya establecidas cumplimiento a través del establecimiento de normas y reglamentos laborales
	Control Subjetivo	Significados sobre el control
Los que ejercen control	De manera directa	<ul style="list-style-type: none"> • Jefes contratistas • Jefes subcontratistas • Trabajadores Subcontratados
	De forma circunstancial	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Trabajadores de planta • Instituciones reguladoras
Forma de control detonante de oposición	Computarizado	Resistencias a las formas de realizar las operaciones, manejo de los sistemas, controles de monitoreo de las actividades.
	Técnico	Resistencias a las tareas desempeñadas, flujo de tareas, tiempo para realizar las tareas, calificaciones de desempeño.
	Subjetivo	Significaciones en las sanciones, en el control, en la asignación de funciones, en las relaciones que desencadenan resistencias
Tipos de resistencias	Organizadas	Huelgas, manifestaciones, inconformidades
	Desorganizados	Faltas individuales, discusiones, enfrentamientos, incumplimientos en los procesos
Los que ejercen el poder	Como capacidad de tener le poder y ejercerlo	<ul style="list-style-type: none"> • Los supervisores, • Jefes directos • Trabajadores contratados • Trabajadores Subcontratados • Clientes • Dueños
	Como relación	<ul style="list-style-type: none"> • Los supervisores, • Jefes directos • Trabajadores contratados

		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajadores Subcontratados • Clientes • Dueños
Forma en cómo se da el ejercicio del poder		<ul style="list-style-type: none"> • Por procesos establecidos • Se delega • Por compromiso
Tipos de poder	Poder coercitivo	Recurre a las sanciones, remuneraciones o recompensas.
	Poder burocrático	El poder se centraliza en los procedimientos, división de responsabilidades, especialización del trabajo y la jerarquía
	Poder carismático	Poder social que se ejerce por la personalidad y reconocimiento de las cualidades de los sujetos.

Una vez que se han planteado los conceptos ordenadores, sus dimensiones de análisis y sus indicadores concretos, se procede a realizar los instrumentos de obtención de información que consideremos más adecuados para obtener la información que deseamos útil para el análisis de la identidad de los sujetos del caso de estudio elegido.

El anterior ejercicio es solo un bosquejo de como el *Configuracionismo* se puede aplicar a múltiples temas de estudio como en este caso es la Identidad Organizacional.

Conclusiones

Como se pudo observar a lo largo del presente trabajo, la Identidad es un tema que, aunque ha estado presente a lo largo del estudio de las organizaciones, y que ha sido abordado en diferentes disciplinas, su análisis nos muestra que no

existe un consenso en la definición de la identidad, esta puede ser analizada desde diferentes perspectivas y visiones que a la fecha siguen surgiendo, como respuesta a las nuevas problemáticas derivadas del contexto en el que vivimos.

El *configuracionismo* es una alternativa más que surge como una forma más apegada a la realidad de análisis cualitativo, que critica la forma positivista de estudiar fenómenos subjetivos y que abre la puerta a estudiar diversos fenómenos o problemáticas desde otra óptica. En donde la identidad puede ser analizada como una serie de configuraciones entrelazadas que se mueven entre la subjetividad de los sujetos sociales como mediación entre las presiones estructurales y la definición de espacios de acción viable.

Lo aquí presentado es solo otra alternativa de análisis de la identidad organizacional que contribuye a enriquecer el bagaje teórico ya existente de los Estudios organizacionales.

Por último, el hecho de disponer distintos enfoques teóricos sobre la identidad permite visualizarla y comprenderla en su carácter dinámico y variable de acuerdo con las prácticas con las que el sujeto busca afiliarse y con el conocimiento que poseen para participar de las mismas.

Referencias Bibliográficas

Albert, S., & Whetten, A. (1985). Organizational identity. En B. Staw, & L. Cummings, *Research in organizational behavior* (págs. 263-295). Greenwich: JAI.

Alvesson, M., Lee Ashcraft, K., & Thomas, R. (2008). Identity Matters: Reflections on the Construction of Identity Scholarship in Organization Studies. *Organization*, 5-28.

Barba, A. (2001). *Calidad y cambio organizacional: ambigüedad, fragmentación e identidad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Chihu, A. (2002). *Sociología de la identidad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Clegg, S., & Hardy, C. (1996). *Introduction. Organizations, Organization and Organizing*. Londres: Handbook of Organization Studies.

Corley, K., & Gioia, D. (2004). Identity ambiguity and change in the wake of a corporate spin-off. *Administrative Science Quarterly*, 173-208.

Corley, K., Gioia, D., & Fabbri, T. (03 de Diciembre de 2018). *Organizational identity & learning: uncovering subtle aspects of organizational learning*.

Obtenido de <https://warwick.ac.uk/fac/soc/wbs/conf/olkc/archive/olk4/papers/>

De la Garza, E. (1992). *Crisis y sujetos sociales en México*. México: UNAM, Miguel Ángel Purrua.

De la Garza, E. (1998). El método del concreto abstracto concreto. En E. De la Garza, *Hacia una metodología de la reconstrucción, fundamentos, crítica y alternativas a la metodología y técnicas de la investigación social*. (págs. 19-35). México: UNAM, Dirección General de Proyectos Académicos Purrua.

- De la Garza, E. (2001). La Epistemología Crítica y el Concepto de Configuración. *Revista Mexicana de Sociología*.
- De la Garza, E. (2003). *Subjetividad, cultura y estructura*. México: s.e.
- De la Garza, E. (2006). ¿Hacia dónde va la teoría social? *Tratado latinoamericano de sociología*, 19-38.
- De la Garza, E. (2010). *Hacia un concepto ampliado de trabajo. Del trabajo clásico al no clásico*. Barcelona: Anthropos Editorial. Rubí.
- De la Garza, E. (2011). *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.
- De la Garza, E. (2012). Introducción. En E. De la Garza, & G. Leyva, *Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales* (págs. 2-19). Ciudad de México: FCE.
- De la Garza, E. (s/f). ¿Qué es el trabajo no clásico? México, Ciudad de México, México.
- Dutton, J., & Dukerich, J. (1991). Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, 517-554.
- Erickson, E. (1977). *La identidad psicosocial*. España: Aguilar.
- Giménez, G. (1997). Materiales de una teoría de las identidades sociales. *Frontera norte*, 9-28.
- Giménez, G. (2003). Paradigmas de identidad. En A. Chihu, *Sociología de la Identidad* (págs. 35-62). Ciudad de México: UAM-Iztapalapa.

- Giménez, G. (2010). *Cultura, Identidad y Procesos de Individualización. Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo.*
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana.* Buenos Aires: Amorrortu.
- Gonzales, D. (2012). Identidad Organizacional: Marco teórico para el Análisis Organizacional. *Estudios Interdisciplinarios de la Organización*, 35-63.
- Gonzales, D., Gentilin, M., & Ocampo, C. (2014). Organizational Identity: What Is the Conversation Currently Dealing with? Paradigms, Perspectives, and Discussions. *JCC: The Business and Economics Research Journal*, 129-146.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa.* Madrid: Taurus.
- Hatch, M., & Schultz, M. (2005). Comunicação e Sociedade. 115-139.
- Hernández, M. (2003). *Subjetividad y cultura en la toma de decisiones empresariales. Tres estudios de caso de Aguas Calientes.* México: Plaza y Valdés Editores, S. A. de C. V.
- Hernández, M. (2007). Balance de los estudios de cultura empresarial en México. *Los estudios de empresarios y empresas: una perspectiva internacional*, 211-240.
- Mead, G. (1993). *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social.* México: Paidós.

Mercado, A., & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 229-251.

Montoya, M. T. (2007). "Mujer, identidad y organización: Estudio de caso de una pequeña cooperativa". Ciudad de México.

Morales, J. (1999). La identidad social. *Anthropológica. Revista de Etnopsicología y Etnopsiquiatría*.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tappan, J. E. (1992). Cultura e identidad. En L. I. Méndez y Mercado, *I Seminario sobre identidad*. México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México. .

Thompson, B. J. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM.