

ÍNDICE GENERAL

PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	15
Cap. I: ACERCAMIENTO CONCEPTUAL A LA COMUNICACIÓN EN LAS 25 ORGANIZACIONES	25
1. El hombre como ser organizativo	25
2. Análisis Interdisciplinario	26
3. Perspectivas teóricas subyacentes	27
4. La organización como sistema	30
5. Dimensiones interactivas de la comunicación y el hombre social	31
6. La organización como empresa económica	33
7. El componente comunicativo en la evolución social	34
8. La importancia de la comunicación en la organización	35
9. Comunicación interna en la pequeña empresa industrial	36
9.1. Clima Organizacional y Liderazgo	41
10. El conflicto comunicacional inmerso en la organización	43
10.1. Concepción de grupo	45
10.2. Sub - valoración del aporte comunicativo en la empresa.	47
11. En busca de una necesaria tipologización	49
Cap. II: DIMENSIONES Y DESAFÍOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA INDUSTRIAL	55
1. Yuxtaposición de sociedades: una necesaria reflexión	56
2. Economía y entorno de la pequeña empresa	59
2.1. Cifras de distribución, producción y empleo	61
3. Límites, características y conceptualización de la pequeña empresa industrial	63
3.1. Delineamientos comparativos	67
3.2. El factor “antigüedad laboral” en la empresa	68

3.3. Determinismo físico y manejo de la comunicación: gestión complementaria	71
Cap. III: ANATOMÍA ESTRUCTURAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA INDUSTRIAL.....	75
1. Composición del sistema formal.....	75
1.1. Roles formales presentes en la pequeña empresa industrial	79
- Rol del Jefe/dueño	81
- Rol del Trabajador de Fábrica	85
- Rol del Empleado Administrativo	87
1.2. Direccionalidad y recepción de los flujos de comunicación .	89
2. Composición informal de la organización.....	91
2.1. Subculturas y grupos en la estructuración simbólica de la empresa.....	94
3. Panorámica de la estructura social organizativa.....	95
Cap. IV: APORTACIONES DE LAS TEORÍAS DE LA ORGANIZACIÓN AL ESTUDIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA INDUSTRIAL.....	97
1. Limitaciones de la organización científica del trabajo desde la perspectiva de la comunicación	99
1.1. La renuencia al grupo como ente socializador	102
1.2. Optimización de la organización formal.....	103
1.3. Negación del conflicto.....	105
1.4. Enfoque parcial de la comunicación	106
2. La perspectiva de grupo, la motivación y la comunicación informal en la Escuela de las Relaciones Humanas	108
2.1. Diferencias con la Escuela Clásica	108
2.2. Mayo: la reivindicación del grupo de trabajo en el contexto industrial	109
2.2.1. Omisión del conflicto.....	110
2.3. Preponderancia de la organización informal.....	112
2.4. La figura del líder en la organización	113
2.5. Satisfacción de las necesidades y motivaciones del hombre	115
2.5.1. Niveles motivacionales.....	118
2.6. Visión de conjunto.....	122
3. El valor de la comunicación para la Escuela Sistémica.....	124
3.1. Comunicación y participación.....	126
3.2. Equilibrio de la organización: interacción de sistemas y subsistemas	127
3.3. Líneas de aproximación investigadora	131
3.3.1. Aplicación interna a la pequeña empresa industrial	135
4. La influencia del modelo cultural.....	136
4.1. Desarrollo de la comunicación	138
4.2. Diferencias perceptuales: culturas y subculturas	140

4.3. La influencia del líder	142
4.4. Cambio cultural	143
Cap. V: ANÁLISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y EL LIDERAZGO EN LA PEQUEÑA EMPRESA INDUSTRIAL	147
1. Bases teóricas y empíricas del Clima Organizacional	147
1.1. Diversidad paradigmática y conceptual	151
- Enfoque objetivo.....	155
- Enfoque subjetivo	156
- Enfoque estructural-subjetivo	158
1.2. Delimitaciones metodológicas dentro del estudio del clima .	164
1.2.1. Climas y subclimas	164
1.2.2. Desacuerdos sobre la unidad de medida	164
1.3. Elementos clave	167
1.4. Dimensiones del clima organizacional en la pequeña empresa industrial	168
1.4.1. Intervención de las variables comunicativas.....	172
2. Fundamentos del Liderazgo en la organización	178
2.1. Debate conceptual	179
2.2. Liderazgo y gerencia.....	181
2.3. La dirección de significados	184
2.4. Elementos clave	186
2.5. Evolución teórica del liderazgo	187
- Teoría de las características	187
- Teorías del comportamiento	189
- Teorías situacionales	194
2.6. Posicionamiento teórico.....	203
2.7. Tendencias de liderazgo para la pequeña empresa industrial	205
Cap. VI. PLATAFORMA ESTRUCTURAL Y COMUNICATIVA DE LA PEQUEÑA EMPRESA INDUSTRIAL	207
MIRADA RETROSPECTIVA.....	210
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	211