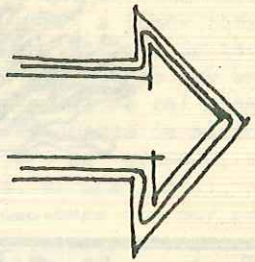
RESEÑAS
reseñas
RESEÑAS



La Comunicación Organizacional en la Empresa

Por Pedro Pablo Morcillo

La comunicación organizacional es ante todo participación. Es así como, partiendo de esta premisa, diferenciaremos la forma en que participa una institución de sus programas y productos ya sea a los propios miembros de la empresa o a un grupo social determinado. Estas formas o maneras de participación son:

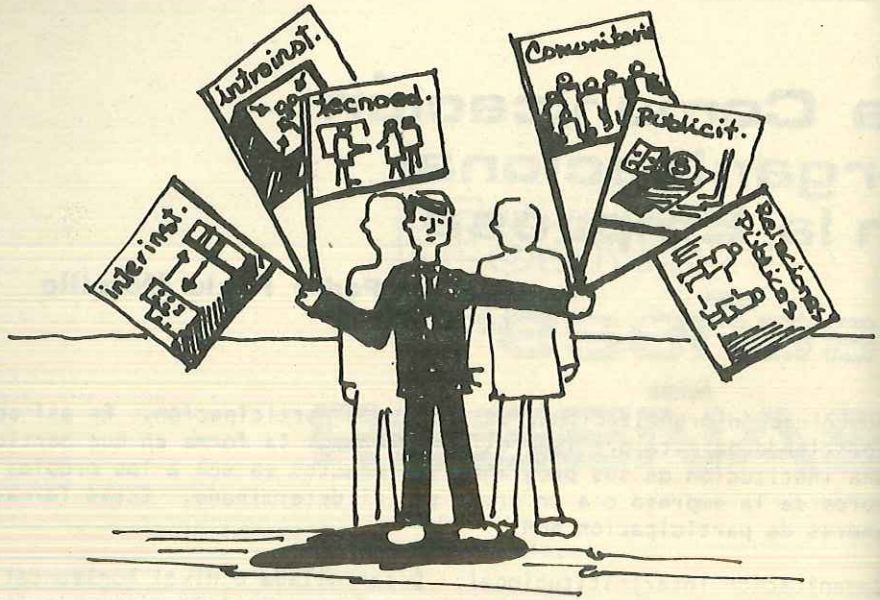
1. Comunicación interinstitucional: Desarrollada a nivel horizontal por afinidad de actividades, conformando un complejo y estableciendo canales de información acerca de programas y realizaciones. Este tipo de comunicación es de primer orden en el sector público ya que contribuye de manera eficaz al conocimiento de los quehaceres de una entidad, evitando interferencias y duplicaciones al tiempo que aumenta la productividad y eficiencia del conjunto.

2. Comunicación intrainstitucional: Su objetivo es el de mantener bien informados a los miembros de la organización acerca de los planes, proyectos y resultados para que, en la medida como se mantenga informado cada elemento se sienta motivado a la acción, evitando con ésto la robotización del individuo cuyo único aliciente sea un salario.

   Es decir, información, en este caso, es sinónimo de conciencia y cuando una labor se realiza conociendo el por qué y el para qué, resulta agradable y bien hecha.

   Además de ésto, la comunicación intrainstitucional se opone a la información distorcionada: el rumor o chisme, impidiendo malentendidos nocivos para el desarrollo armónico de la organización.

3. Comunicación tecnoeducativa: Es aquella que imparte una empresa a los usuarios con el fin de capacitarlos acerca de la mejor utilización de sus bienes y productos.



4. Comunicación comunitaria: Cumple un papel social promoviendo actividades culturales, religiosas, políticas de bienestar familiar, etc. Este tipo de comunicación proviene pués, de entidades dedicadas a esta clase de labores, con el fin de desarrollar conciencia dentro de la comunidad acerca del mejor aprovechamiento de sus servicios.

5. Comunicación publicitaria: Destinada a promover el uso de productos y servicios de una institución, sujeta por una ética y reglamentada por ciertas normas para évitar engaño.

6. Comunicación de relaciones públicas: Pretende destacar la buena imagen institucional pero teniendo en cuenta primero que esa imagen no sea producto de una imposición lograda por deshonestidad y segundo que no sea una falsa imagen cuyo único propósito sea la ambición desmedida por una posición destacada.

LA COMUNICACION INSTITUCIONAL Y SUS ALCANCES

Las organizaciones utilizan recursos para lograr unos resultados. Estos resultados son sistemas y subsistemas.

Un sistema es un conjunto compuesto por elementos articulados entre sí

y que cumplen un fin determinado. Estos elementos se pueden definir como:

1. La demanda que se encarga de satisfacer los gustos.

2. Los recursos que son la meteria prima, las instituciones y las personas.

3. Los productos que son resultado de un proceso productivo para satisfacer una necesidad, haciendo que haya más demanda, utilizando más recursos y desde luego ofreciendo más productos para volver a reiniciar el ciclo.

En la medida que el sistema anterior se mantenga retroalimentado, subsiste y prevalece, para que ésto suceda, la organización debe mantenerse informada del medio ambiente, y es aquí donde interviene la comunicación al informar acerca de cambios, de necesidades, gustos, etc., es decir, entrega un estudio de mercados del medio social. A este estudio, a esta observación de las interrelaciones y reacciones del mercado es a lo que se llama Enfoque Sistemático, o sea, todos los cambios y movimientos que suceden fuera de la organización pero que la afectan, y, que la falta de ese enfoque la llevaría a perecer.

En la organización pública se distinguen tres sistemas a saber:

1. Sistema vertical o sustancial cuyo principal objetivo es el de satisfacer una necesidad y dar resultados específicos como son prestar un servicio o generar un producto.

2. Sistema horizontal que se encarga de prestarle ayuda al sistema vertical, es decir, le sirve de apoyo logístico.

3. Sistemas generales, que son sistemas de información y de comunicación los cuales son utilizados, cuando se requieran, por los dos sistemas anteriores.

Hay necesidad de hacer claridad sobre sistemas de información y sistemas de comunicación. El primero tiene como finalidad la transformación de datos ya sea de una forma manual, mecánica o electrónica y ponerlos a disposición de los miembros de la organización para que éstos puedan tomar decisiones.

El segundo cumple con informar sobre los objetivos, planes y programas, esperando una motivación y una reacción que conduzca a la acción.

Así, como distintos son los sistemas, distintos son también los canales.

Los elementos de un sistema de información están compuestos por los datos brutos que al ingresar a la Unidad Central de procesamiento de datos se transforman y se almacenan.

La Base de Datos es una clasificación, ordenación y transformación de datos relacionados entre sí y que en cualquier momento puede dar una información completa y específica.

Los Bancos de Datos son centros de acumulación de estadísticas sin ninguna interrelación.

La Transmisión de Datos en Línea se hacen a través de las Terminales conectadas a la Unidad Central ya sea para enviar o pedir información.

A la transformación de datos en el computador se le llama Informática y a la transmisión se le llama Telemática.

LA COMUNICACION INSTITUCIONAL EN NUESTRO MEDIO

La principal falla de la comunicación institucional en nuestro medio es que ha venido operando por demanda y no por oferta. Es decir por necesidad. Cuando se presenta el problema, es cuando se trata de evitarlo. La manipulación de información y comunicación por las mismas personas que manejan la organización, pretendiendo con eso detentar poder, da como resultado una desconfianza y desorientación en todos los niveles administrativos y productivos. Entonces, la única forma de evitar este malestar, es una comunicación que debe moverse en ambos sentidos, horizontal y vertical; o sea que se debe diseñar un programa, primero de comunicación primaria que es la que se establece en un mismo departamento o dependencia y segundo el conformado por consejos y comités integrados por los jefes de los distintos departamentos, donde se analicen todos los problemas y se resuelvan llegando así a poner en marcha la comunicación de coordinación automática.

Otra forma de llenar este vacío es por el sistema de correspondencia y archivo, es decir a través de memorandos, cartas y boletines.

MONTAJE DE UN PROGRAMA DE COMUNICACION INSTITUCIONAL

Para lograr el éxito en el diseño y desarrollo de un programa de comunicación organizacional es necesario tener en cuenta los siguientes pasos:

1. El Diagnóstico, para lo cual debemos hacer un estudio de la estructura administrativa, es decir analizar el organigrama de la empresa. Luego debemos estudiar los flujos de información y a través de qué canales se producen. A continuación se pasará al estudio de los nudos o conflictos existentes.

2. Capacitación: Instruir en una forma teórica en qué consiste el programa y cómo va a operar.

3. Soluciones: Ya con base en el diagnóstico y necesidaes específicas, se diseña un sistema.

4. Ejecución: Prueba del sistema, sus resultados y sus errores.

5. Correcciones: Se le hacen los debidos ajustes y correcciones.

6. Seguimiento: Observación del desarrollo para llegar nuevamente al diagnóstico.

LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Aquí se presenta una correlación entre administradores y comunicadores. Así como el comunicador conoce de los procesos y técnicas administrativas, así mismo el administrador debe tener conocimiento de la comunicación para lograr el éxito en una gestión tan importante como es la del manejo de los recursos humanos. (José Leoncio Sepúlveda)