

---

# LA INVESTIGACION EN COMUNICACION:

## MAS QUE UN GASTO SUNTUARIO UNA NECESIDAD

---

Sonia Jaimes Cobos

No hace mucho tiempo hablar de investigación institucional dentro de las empresas era, para los ejecutivos, hablar o pensar en gasto suntuario que implicaba cambiar parte de la estructura administrativa dentro de la organización. Solo a partir de la última década los problemas de comunicación en la organización han sido tratados como un enfoque integral, que involucra la investigación como punto de partida para la ejecución de nuevas estrategias.

Este cambio de mentalidad al interior de las organizaciones, implicó para la comunicación empresarial el comienzo de una nueva época: la época de los resultados, de los datos que vienen a reemplazar a los votos intuitivos en los que tradicionalmente los ejecutivos habrán puesto toda su confianza.

Efectivamente, con la investigación en comunicación, desapareció casi en su totalidad, el fantasma de la improvisación que aparecía como elemento constante y hasta imprescindible dentro de las organizaciones.

Indudablemente, este nuevo paso de la comunicación empresarial, ha significado el planteamiento de objetivos y estrategias que facilitan no solo el mejoramiento de la producción, sino también la realización de planes correctivos en la marcha de las acciones. Así, cuando una organización emprende, mediante la investigación institucional, un proyecto de cierta relevancia, sus ejecutivos podrán tener la certeza de estar orientando sus estrategias hacia la consecución de objetivos concretos y factibles de realizar.

Abordar un proyecto de investigación en comunicación dentro del engranaje empresarial, implica la orientación de los esfuerzos hacia un objetivo común que, posteriormente, incidirá en las gestiones administrativas y productivas de la organización.





## LA INVESTIGACION COMO HERRAMIENTA BASICA DEL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL

Con la investigación en comunicación, el comunicador organizacional posee el elemento más eficaz para la realización de un trabajo profesional dentro de la empresa que, le permitirá además un "acercamiento al tratamiento científico de los problemas de comunicación institucional". De tal forma los senderos, el trabajo de documentación, las encuestas, los archivos, el contacto directo y el análisis detallado de mensajes constituyen el soporte fundamental sobre el cual ha de cimentarse el diagnóstico y las recomendaciones del profesional de este campo.

En la investigación el comunicador se transforma en un observador de "tiempo completo", en busca de información acerca del medio ambiente interno-externo de la institución, de los públicos con los que interactúa y lo que es más importante en busca de información sobre la institución con todas sus características.

## LA INVESTIGACION COMO INVERSION

A pesar del auge que ha tenido la investigación institucional en los últimos años, existen organizaciones que la consideran obsoleta e ineficaz, aduciendo que los costos que implica contratar personal especializado no compensa los alcances de ésta.

Olvidando la función social y evaluadora que cumple el investigador al estudiar la situación de la empresa, mediante la comparación de lo planeado con lo ejecutado.

Ahora, que las organizaciones están expuestas a los cambios impuestos por el mercado mundial es cuando más deben aceptar la investigación en comunicación como una necesidad.