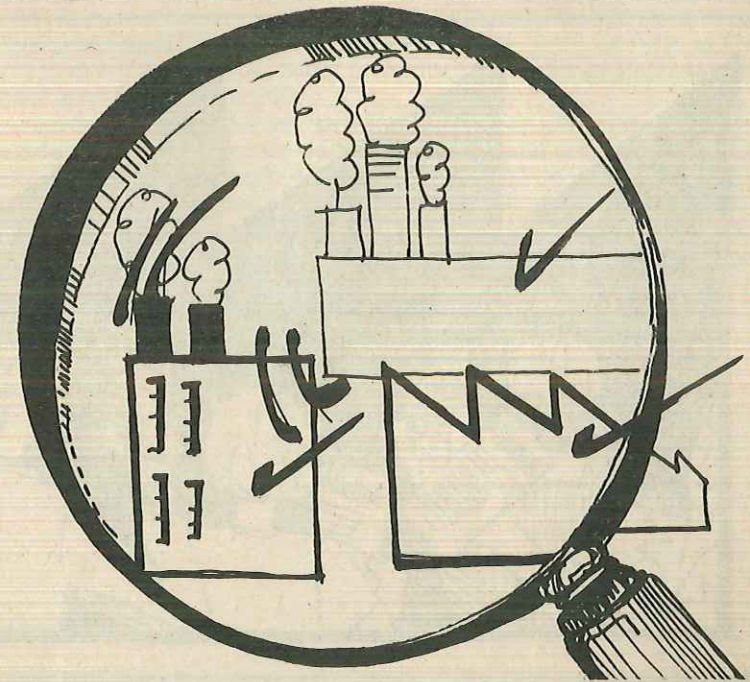

PRACTICA EN COMUNICACION ORGANIZACIONAL DE LA TEORIA ...A LA PRACTICA

_____Cristina Mantilla G._____

La tarea que comenzaba era bastante ardua. Formaba parte del primer grupo de practicantes que enfrentaba un mundo para el cual nos preparábamos pero que en ese momento desconocíamos, principalmente lo que hacía referencia al área de comunicación organizacional. Salir a período de práctica implicaba comenzar algunos meses antes la búsqueda de las posibles empresas que ignoraban el valor del comunicador empresarial y lo que es más se mostraban reacias a aceptar la necesidad de un profesional en la materia que contribuyera con su aporte, al desarrollo de la entidad.

El reglamento disponía a cada una de las practicantes la consecución por cuenta propia de la empresa en la que habíamos de laborar.

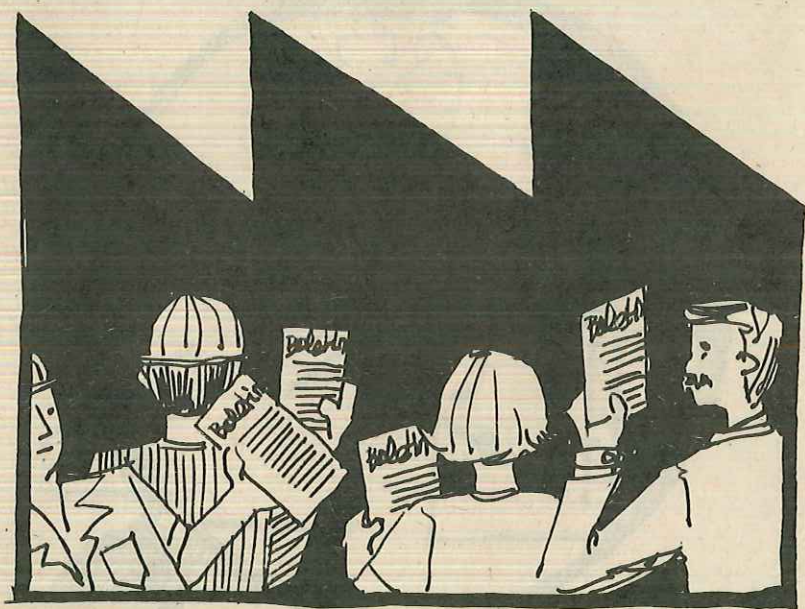


Después de listar y seleccionar las posibles entidades que reunían los requisitos para la realización de la práctica me dediqué a visitar algunas, obteniendo de desempeño por cuanto no estaba institucionalizado un departamento de Comunicaciones ni de Relaciones Públicas, lo que dificultaba aún más la consecución de la empresa.

Finalmente, fueron admitidas mis propuestas por una empresa privada, netamente santandereana que goza de muy buena aceptación del público. La empresa, cuyo objeto social es la prestación de un servicio, mantiene relaciones estrechas con la UNAB por cuanto ha contribuido en varias ocasiones al desempeño de los estudiantes de la Facultad de Administración. Este hecho implicó que la práctica de Comunicación Organizacional fuera entendida como parte del programa establecido por la entidad para los estudiantes de la rama administrativa.

Se estableció la programación para el primer semestre del año en curso, conformando un grupo de trabajo que debía laborar en tres aspectos fundamentales; el propósito principal de la empresa era editar mensualmente el boletín interno para conseguir a través de él, la integración del personal que labora en la entidad; los programas complementarios estaban representados en el estudio de seguridad industrial y en la realización del programa de inducción o acogida de personal, idea que surgió como consecuencia de la experiencia que habíamos vivido como nuevos miembros en la organización.

La falta de información referente a las funciones de un comunicador organizacional y de la escasa importancia asignada al mismo, limitaron mi campo de acción dentro de la empresa hasta el punto de obstaculizar la realización de varios proyectos por falta de aprobación de la respectiva Junta Directiva.



La falta de autonomía en el proceso de toma de decisiones fue obstáculo definitivo para el logro de los objetivos de la práctica. Fue imposible implementar las propuestas nacidas del estudio de seguridad industrial y la investigación teórica referente a material y programas de inducción, no se realizó; por cuanto a pesar de que esto redundaba en beneficio de la empresa no hubo acuerdo entre las directivas.

Finalmente logré darle vida a lo que anteriormente fue solo una idea; el periódico, proyecto que no se había cristalizado por falta de una persona capacitada para su ejecución, empezó a circular en el mes de Marzo del año en curso, siendo acogido con beneplácito por el total de empleados de la entidad.

La práctica de comunicación empresarial se convirtió básicamente en la elaboración del medio impreso, lo que implicaba elaboración de material, levantada de textos, diagramación y presentación del arte final.

Otros programas inherentes a la labor del comunicador fueron puestos en práctica durante el semestre, a manera de planes ocasionales y complementarios. Entre otros se pueden enumerar la elaboración de carteleras, organización del archivo interno de publicidad (publicada en Vanguardia Liberal), diseño y diagramación de afiches, implementación de programas de publicidad directa con médicos de la ciudad, etc.

Sobre la experiencia vivida en el semestre de práctica puedo afirmar que la iniciativa y el interés del comunicador juegan un papel primordial en la realización de planes a nivel de la comunicación empresarial, tanto internas como externas.

Una vez experimentada la realidad del comunicador empresarial, se modifica favorablemente la visión que se había generado del campo empresarial ofrecido en la ciudad.

Hoy en día, podemos ver y afirmar que en Bucaramanga existen grandes posibilidades para llevar a cabo nuestra labor, antecedentes que desconocíamos en virtud del desconocimiento del rol del profesional de la comunicación en la organización.

De acuerdo con lo anterior, podemos afirmar con conocimiento de causa que, la meta fundamental de todo comunicador organizacional debe ser la de concientizar al gremio empresarial acerca de la importancia que representa para las entidades el aporte del Comunicador Empresarial.

La responsabilidad es de todos; y del buen o mal desempeño del practicante radica el éxito o fracaso que tengamos en la tarea de abrir puertas tanto para nosotros, como para todo profesional de la Comunicación que nos reemplace en el futuro.