

FUNCIONES Y ACTIVIDADES DEL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL

Precisamente, por ser la comunicación un fenómeno inherente al hombre social son muchos los ámbitos donde podría desempeñarse un comunicador profesional. Expondré en este caso solo las actividades para las cuales está preparado un comunicador organizacional, que son las mismas requeridas por el campo laboral que lo acogerá una vez se encuentre apto para ejercer su profesión.

La comunicación organizacional, se refiere a aquellas actividades encaminadas a establecer y o mantener adecuadas relaciones intra e interinstitucionales por lo tanto son funciones del profesional de la comunicación en la empresa:

— Diagnosticar, diseñar y administrar el sistema de comunicación de la organización.

— Diseñar e implementar campañas conducentes a la creación, cambio o mantenimiento de la imagen de la empresa, sus productos y o servicios.

— Investigar procesos, situaciones y hechos comunicativos a nivel interpersonal y organizacional, para evaluar y mejorar su estructura y funcionamiento a través del análisis e interpretación crítica de los factores que los determinan.

— Planificar y elaborar modelos de comunicación que promuevan el desarrollo cultural y de participación social a partir de la producción creativa de mensajes, y la utilización de estrategias y medios comunicativos adecuados a la realidad de la organización.

— Diseñar y diagramar medios de comunicación que promuevan la imagen de la empresa a nivel de públicos internos y externos,

— Mantener des congestionados los mecanismos de divulgación.

— Servir de intermediario en la implementación de programas de capacitación y desarrollo de los individuos en la organización.

— Elevar y mantener la imagen institucional de la organización en la comunidad.

— Racionalizar el uso de medios y mensajes en la organización.

— Planear, dirigir, controlar y evaluar la realización de eventos que promuevan la integración de los individuos que conforman la organización.

En Comunicación:

¿QUE HAY QUE HACER

DE LA EMPRESA?

Carmen Amanda Albarracín F.

La Comunicación tiene muchos y variados significados; para algunos denota el medio de trasladar información, como por ejemplo, el teléfono, la radio, la prensa o la televisión. Para otros ella tienen mucho que ver con los canales de comunicación en la organización tales como: las comunicaciones informales, las comunicaciones formales, los buzones de quejas, el procedimiento de solución de conflictos, entre otros. "La comunicación es el acto de inducir a otros a interpretar una idea de la manera intentada por el hablante o escritor", (1).

El término se deriva de la palabra latina Communis, la cual significa "Común". Como resultado de la comunicación, hemos establecido un campo común para el entendimiento; si hablamos o escribimos y la idea es recibida por un escucha o lector y no es entendida, no nos habremos comunicado y así, no podremos tener una idea en común; tan solo hemos hablado o escrito. Hubo, o bien una imperfecta recepción, o bien una recepción de las ideas que intentó expresar el comunicador.

La comunicación perfecta entre dos personas probablemente nunca ha sido alcanzada. Sirva de ilustración la historia del viejo, quien se pasaba hablando consigo mismo, y cuando se le pregunta por qué lo hacía, dio dos razones: "Me gusta hablar conmigo mismo, primero, porque me gusta hablar con un hombre inteligente, y segundo, me gusta oír a un hombre inteligente hablar". Esta es posiblemente la más perfecta comunicación que no puede conseguir: emisor y receptor reunidos en una sola persona y una sola mente.

La comunicación organizacional es una materia muy importante para cualquier gerente o directivo. "Dirigir es conseguir que las cosas se hagan a través de los demás", (2) o a través de los medios de comunicación diseñados para tales objetivos.

(1) "Administración mediante la Comunicación".

(2) FLIPPO, Edwin, "Principios de administración de personal," Editorial McGraw-Hill, México, 1977.



CANALES DE COMUNICACION DENTRO DE LA EMPRESA

En la organización muchas de las señales que contienen información se envían formalmente mediante canales diseñados para tal efecto; estos canales pueden utilizarse en sentido ascendente y descendente.

Es así, que a través de ciertos canales de comunicación los subordinados podrían comunicarse con sus superiores; una lista de tales canales incluirían los siguientes: reuniones en grupo, programas de contacto con los empleados u obreros, buzones de sugerencias o quejas, encuestas, entrevistas y mediante el sindicato, cuando se utiliza procedimiento determinado para procesar los conflictos.

Por otra parte se establecen canales hacia abajo a través de los cuales la información y las órdenes pueden fluir. Entre los canales dirigidos hacia abajo o en forma descendente se cuentan los siguientes: la cadena de mando, las carteleras y los anuncios murales, los periódicos de la compañía, las cartas a los empleados, manuales para los empleados, los folletos, la información verbal masiva a los trabajadores y otros.

INFORMACION PARA EL NUEVO EMPLEADO

Una vez que el empleado ha sido seleccionado, se debe colocar e inducir en su nueva vida como parte activa de la empresa, mediante los folletos o manuales de bienvenida, los cuales deben contener toda la información referente a la institución u organización como es: su historia, objetivos y políticas de la empresa, bienes que produce o servicios que presta, derechos y deberes del trabajador, reglamento interno de la institución, políticas de personal, prestaciones y servicios a empleados y procedimientos para obtenerlos.

Además, al nuevo empleado se le debe colocar dentro de la rutina diaria de su trabajo, a través de mensajes verbales que deben contener: Qué se espera de sus servicios, en qué consiste su trabajo, reglas generales de ejecución, formas de evaluar sus resultados, medidas de protección y seguridad, lugar y maneras de obtener su equipo y material de trabajo.

Cuando el empleado ya ha dejado la etapa anterior, es decir ha superado el período de prueba que toda empresa exige, se le habrá de suministrar información permanente como todo integrante activo de la organización. Esta información debe referirse a: su trabajo -forma en que desempeña su trabajo-, sobre la especialidad -nuevas técnicas de ejecución, nuevos equipos-, sobre acontecimientos de actualidad como son nuevos productos, situación financiera de la empresa, eventos, celebraciones especiales y otros. Esta información es de carácter continuo durante la prestación de sus servicios en la organización, y pueden ser transmitidos a través de medios especializados como: boletines, folletos, periódico interno, hojas sueltas, tablero de información, entre otras.

MANEJO DEL CONFLICTO A TRAVES DE LA COMUNICACION

El conflicto debe manejarse ya que es una realidad de la vida organizacional. No todos los conflictos producen los mismos efectos, algunos pueden terminar en forma constructiva y otros en forma destructiva. La comunicación en los ambientes destructivos se vuelve negativa, se duplica o no existe.

La estrategia para el manejo del conflicto incluye varios aspectos como: la evasión -pasar por alto una situación-, la difusión -mantener alejado el problema principal- y la confrontación. Dentro de la confrontación de ganar-perder, perder-perder y ganar-ganar, en la cual las necesidades de información tiene que intercambiarse en forma abierta con el fin de determinar los hechos a los que se refiere el problema. Por lo tanto, para la solución de algún conflicto es muy importante saber cómo manejar ese problema a través de habilidades como el escuchar activamente.

Así queda esbozada una de las tantas labores que debe realizar un buen directivo con la colaboración de un buen comunicador organizacional en lo atinente al manejo de la información dentro de la empresa.

