COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

GUIA DE ESTUDIO

La Comunicación Institucional es entendida como una disciplina que estudia el proceso de comunicación en las organizaciones, tanto a nivel interno como en el ámbito de la sociedad global y como fenómeno inherente a la naturaleza de las personas y los grupos de personas que la integran. (Margarida Krohling)

Los estudios sobre Comunicación Institucional se han dividido principalmente en dos direcciones: Desarrollo organizacional y Comunicación Orghanizacional. La comunicación organizacional comprende los procesos de comunicación de una organización tanto a nivel externo como hacia el exterior.

La Teoría de sistemas nos permite comprender mejor y analizar lo que ocurre dentro de la institución cualquiera. Propone que todas las pates de la organización se influyen entre sí y por lo tanto las partes influyen a la organización en general, es decir, si algo ocurre en alguna de las partes, esto se verá reflejado en la organización. Su propósito es estudiar los principios aplicables a los sistemas en cualquier nivel en todos los campos de las organizaciones y de la investigación.
Un sistema se puede definir como un conjunto de partes independientes que se relacionan e interaccionan entre sí logrando un resultado como conjunto.

El equilibrio entre subsistemas se refiere a que en una organización existen múltiples fines, funciones y objetivos, algunos de los cuales están en lucha. El directivo debe hacer lo posible para que se logre este equilibrio.
La Apertura del sistema es una característica de los sistemas e instituciones en los cuales todo es más dinámico y está en contínuo cambio.
La cerrazón del sistema es una característica de los sistemas e instituciones en la cual son más estáticos y permanecen inalterables.

Tipos de comunicación Institucional:
Interna: Modelo de mensajes compartidos entre miembros que componen la oganzación. Este grupo lo conforma el personal de la empresa o institución, agrupado según la naturaleza de su tarea.
Externa: Modelo de difusión de mensajes hacia el exterior de la organización. Este grupo está formado por distintos grupos de personas fuera de la empresa o institución y que a pesar de tener algo en común, actúan sin cohesión.
Descendente: De arriba hacia abajo, según la jerarquía de la organización
Ascencdente: De abajo hacia arriba, considerando los niveles jerárquicos de la organización.

Funciones del Comunicador Institucional:

Fortalecer la buena imagen de la organización, diseñar e implementar estrategias de relación mediante comunicación entre las áreas departamentales, plantear estrategias de fortalecimiento entre el personal, capacitar en atención a los usuarios de la organización.

La comunicación institucional va muy ligada a las relaciones públicas, a la tecnología de los medios de comunicación y a los procesos de influencia social a través de líderes.

La estrategia es un factor de eficacia para el buen éxito de la comunicación pública en instituciones gubernamentales.

Las Relaciones Públicas son una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización.

Las Relaciones Públicas consisten en conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos que posee una organización. Toda organización ya sea empresa, movimiento asociativo, sindicato, partido político, Organización No Gubernamental o asociaciones patronales deben conocer con quienes se relacionan, establecer acciones con ellos, conocer sus demandas y satisfacer sus necesidades de una manera acorde con los objetivos de la organización. Pero también las entidades públicas (Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial) deben relacionarse con sus públicos para establecer vínculos satisfactorios de una manera mutua.

Las relaciones públicas han visto como su teorización se iba realizando a medida que la propia sociedad demandaba una mejora de sus actuaciones y una aportación más rigurosa y contrastable. Frente a unos inicios en los que los precursores de las relaciones públicas actuaban sin ninguna fundamentación teórica y se basaban en la intuición y el instinto, la disciplina se fue desarrollando a medida que se generalizaba su uso en los ámbitos privado y público.

TEÓRICOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Realizar una revisión de la teoría de las relaciones públicas significa comprobar las aportaciones de los diversos investigadores en la materia. Teorías que han acontecido a partir de la experiencia profesional -en los ámbitos públicos y privados- de personalidades que se dedicaron a realizar investigación aplicada. La teoría de las relaciones públicas se puede observar desde dos perspectivas: -Acontecida en Estados Unidos, que está estrechamente ligada a las rutinas de trabajo profesional y se enfoca como una mejora de las estrategias de relaciones públicas. Eso llevaba implícito la adopción de determinadas acciones tendentes a incrementar el proceso productivo y la eficiencia y eficacia de las organizaciones. Así, el núcleo central de esas teorías es la organización.-Realizada desde Europa, principalmente en Francia, que postula unas relaciones públicas basadas en la necesidad ética de que el hombre debe estar por encima de las organizaciones y son éstas las que deben satisfacer las necesidades de aquéllos. Además, ese planteamiento antropocéntrico se amplía al concepto de bienestar social y de coexistencia armoniosa entre individuo y organizaciones sociales, ya sean públicas o privadas. Para Boiry (1998) el inicio de las relaciones públicas se asocia al ámbito profesional, ya

que es una actividad ligada con el mundo industrial y se adopta a las necesidades de aquel. Surgen a partir de la necesidad sociológica de dirigirse a los colectivos y en circunstancias en las que se siente la necesidad de comunicar determinadas concepciones o ideas.

La transparencia consiste en comunicar al público en general las razones de toda decisión gubernamental y administrativa, así como de los costos y recursos comprometidos en la aplicación de esa decisión, de manera clara y accesible y constituye una norma de ley.

La Información Confidencial se refiere a los datos personales de cualquier persona, como norma reglamentada por ley.

El Cambio Cultural es un proceso de transformación integral en el que lo mas fuerte y complejo de lograr es el cambio de mentalidad de quienes hacen la organización, empezando por los niveles directivos, tendientes a mejorar los procesos y la formación del recuso humano para que responda a las necesidades de la organización, al tiempo de coadyuvar al cumplimiento de los objetivos.

LOS CONFLICTOS EN LA ORGANIZACIÓN

Los conflictos pueden ser intrapersonales, interpersonales, grupales, intergrupales, organizacionales, interorganizacionales, nacionales e internacionales.

Pueden ocurrir por:

a) Escasez de posiciones, cuando un objeto no puede servir a los fines de determinadas personas, grupos, organizaciones o colectividades.
b) Escasez de recursos, cuando se caracterizan porque una de las partes quiere apoderarse de los escasos recursos disponibles y, como no siempre se logra esto sin encontrar resistencia, la manifestación más perceptible es la lucha por el poder.
c) Escasez de alternativas, que se da cuando la variedad de cursos de acción es tan reducida que no quedan muchas opciones y por ello se compromete la posibilidad de alcanzar un mismo fin con diferentes medios.
d) Creencias, que pueden ser otro tema de conflicto, sobre todo si se refieren a lo que está ocurriendo, sobre lo observable o sobre la interpretación que se da a determinado fenómeno de acuerdo con los testimonios de autoridad que aporta cada una de las partes.
e) Valores de la persona, que suelen aportar situaciones de conflicto.
f) Relaciones entre las partes, donde más que el contenido, cuenta el carácter de la interacción de las partes. Las relaciones conflictivas pueden degenerar en una escalada simétrica, rechazo o fenómeno de péndulo. Las relaciones complementarias pueden degenerar en manipulación o descalificación.
g) Lenguaje verbal y extraverbal, cuando las partes no consiguen la inteligibilidad mutua de las frases, bien por condiciones físicas o por malos entendidos semánticos.

TIPOS DE CONFLICTOS:

Simple, cuando se centra en un solo tema.

Mezclado o complejo, cuando se mezclan varios temas.
De egos, cuando se trata de dar supremacía a la postura personal sobre el tema.
Según el ambiente:

a) Conflicto Verídico, el que existe objetivamente y es percibido con exactitud;
b) Conflicto contingente, el que se puede solucionar mediante arreglos que son posible de llevar a cabo fácilmente, pero que las partes desconocen las posibilidades de tales arreglos porque no saben como solucionar problemas o las cosas o la situación ha llegado a tal grado que la negociación se vería como perder poder.
c) Conflicto desplazado, es el que se manifiesta a la vista de quien puede observarlo pero solo como muestra superficial de otro conflicto que no se quiere o no se sabe sacar a la luz.
d) Conflicto mal atribuido, el que ocurre entre partes que normalmente no tendrían que tenerlo y se centra sobre temas equivocados. Aquí se da el fenómeno del chivo expiatorio y del divide y vencerás.
e) Conflicto latente, el que debe ocurrir, pero no tiene lugar porque ha sido reprimido, desplazado o mal atribuido.
f) Conflicto falso, es el que tiene lugar cuando no hay base objetiva para el mismo. Ocurre cuando las partes no se entienden en las palabras o no se ponen de acuerdo. Una vez que se aclara la situación (aclarar las cosas) el conflicto se desvanece.

TRATAMIENTO DE CONFLICTOS

A) Definir las fronteras del conflicto
B) Reconocer la legitimidad de las partes
C) Centrar el tema sobre el que versa el conflicto
D) Considerar el ambiente en que se desarrolla el conflicto y donde se aplica la solución.

PROCEDIMIENTO PARA RESOLVER CONFLICTOS:

1. Las partes deben identificar el tema del conflicto, si se trata de contenido, lenguaje o relaciones entre sí.
2. Crear condiciones favorables para el tratamiento del conflicto: el ambiente físico más adecuado, el tiempo más oportuno, las mejores personas para mediar.
3. Procesar bien la información (descripción de sentimientos y conducta, parafrasis y verificación de impresiones) a fin de romper las barreras comunicativas de las partes y que no se distorsione la información, eliminando los equívocos, los malos entendidos y las agendas ocultas (motivos inconfesables).
4. No hacer predicciones sobre lo que va a ocurrir en el futuro. Permitir salvar la cara a las partes en conflicto.
5. Establecer reglas del juego que reconozcan la legitimidad de las partes, sus fronteras, que faciliten la comunicación abierta y sincera y que presupongan el deseo de las partes de llegar a una solución práctica. Estas reglas deben de ser: conocidas, claras, no ambiguas, imparciales, compartidas por quienes forman parte del conflicto, conocibles sus violaciones (la aprobación social ha de ir ligada a su cumplimiento y la desaprobación social a su transgresión), ser útiles para poder

utilizarse en el futuro y haber sido útiles en el pasado y poder ser utilizadas en el futuro.

FAVOR DE ESTUDIAR TAMBIEN EL DOCUMENTO:
Ley General de Comunicación Social