

Un llamado para superar la desarticulación

POR MARIA EUGENIA PINILLA GUTIÉRREZ*

La operación y la gestión privada y pública en Bucaramanga demandan un perfeccionamiento integral de los procesos de comunicación en todo su sistema institucional.

En la estructura institucional de la región nordeste de Colombia se vislumbra una desarticulación en el empleo de las comunicaciones como factor de apoyo para su propio desenvolvimiento. Nueve directivos del sistema institucional del Área Metropolitana de Bucaramanga así lo indicaron en el **Primer Foro de Comunicación y Gestión**, que se realizó en la Universidad Autónoma de Bucaramanga, durante el segundo semestre académico de 1998.

Más aún, reconocen que existe un desaprovechamiento de las comunicaciones como recurso dinamizador de la operación y la gestión en las instituciones. En ello coincidieron entidades oficiales, empresas privadas industriales y de servicios y organizaciones no gubernamentales.

Asumir la comunicación como una variable de la gestión institucional hasta llegar a traducirla en acciones concretas, implica el conocimiento de la institución, el reconocimiento de su entorno y una visión completa de éste. Tal consideración implica para el comunicador enfrentar un reto amplio y complejo y para las instituciones, en el caso de nuestro entorno regional, exige la adaptación desde su estructura y desde la lógica de las relaciones que ella demande.

Precisamente, observar la realidad de nuestro entorno institucional, en lo referente al nivel de apropiación y adopción de las alternativas que ofrece la comunicación para su desempeño como una fuente de conocimiento es el principio en el cual los estudiantes de séptimo semestre de Comunicación Social se apoyaron para organizar el evento.

Asimilar los conocimientos, confrontarlos con la realidad en el medio, y en el futuro aplicarlos correctamente, precisó la aproximación con los directivos institucionales que participaron; al fin y al cabo, son quienes construyen, emiten y reciben mensajes en el contexto de significación propio de cada una de las organizaciones.



Desde esta perspectiva, "la comunicación aparece como un fenómeno relacional en el que los públicos, la situación, y los comportamientos interactúan estrechamente, formando un sistema circular de acciones y reacciones, de estímulos y respuesta". En el foro, este sistema adquirió una dinámica propia a partir de motivos y posturas personales de los participantes.

Propiciar el intercambio de opiniones y conceptos se convirtió en una necesidad sentida en el equipo de trabajo que se concretó en una propuesta desde la cátedra con interrogantes como: *¿qué es un proyecto sin comunicación?, ¿la comunicación es una aliada de la gestión?, ¿qué hace la Institución: patrocinio, mecenazgo, ó publicidad?, ¿qué se entiende por comunicación global?*. Estos planteamientos condujeron a la elaboración de un cuestionario, divulgado y puesto en consideración de todos los participantes del Foro, para el estudio y análisis del tema en cuestión.

En el ejercicio participaron nueve profesionales en áreas administrativas, ingenierías, educadores y un comunicador social, todos directivos, con la responsabilidad de gestionar programas Institucionales para proyectar las organizaciones. Ellos debían incluir estrategias de comunicación que transformaran a sus miembros (entes pasivos), en seguidores (entes activos), y así acceder a una lógica de articulaciones internas que permitan dinamizar las instituciones.

Las respuestas a los planteamientos arriba mencionados dejan ver que las organizaciones participantes no tienen en sus estructuras administrativas claramente definido el papel que debe cumplir la gestión en comunicaciones, lo cual hace que las acciones de comunicación sean diversas y dependan de metas u objetivos puntuales trazados por las directivas.

Sólo una de las entidades participantes en el

Foro, el Instituto para la Recreación y el Deporte de Bucaramanga, **INDERBU**, cuenta con un Departamento de Comunicaciones, con funciones que permiten apoyar una gestión global de la Institución que, inclusive, se está consolidando y perfeccionando. En los otros casos, la estructura de las organizaciones o sus limitaciones económicas "hacen que el comunicador no tenga cabida en el organigrama y sólo se contraten asesorías puntuales", como lo explicó Ludwig Caviedes, gerente de Soluciones e Informática, una sociedad limitada prestadora de servicios.

Las labores de asesoría contratadas, tienen como objetivo principal diseñar estrategias comunicativas con tres perspectivas:

" La comunicación juega el papel de gestión porque comunica los proyectos, busca el consenso, solicita la inversión personal, suscita la adhesión a una causa reconocida ..."

1. Dar a conocer la organización a los públicos externos.
2. Hacer mercadeo para trazar planes que garanticen el posicionamiento de la organización y/o sus productos o servicios.
3. Elevar el rendimiento en los públicos internos a nivel óptimo buscando generar el clima organizacional propicio para el incremento de la productividad.

Es aquí, en primera instancia, donde se observa que el comunicador social tiende a ganar espacios, especialmente como diseñador de las estrategias necesarias para propiciar procesos de comunicación que envuelvan a todos los componentes de las organizaciones. Ello apoyará notablemente un mejoramiento en la eficiencia operativa y de gestión de las instituciones.

*"La comunicación juega el papel de gestión porque comunica los proyectos, busca el consenso, solicita la inversión personal, suscita la adhesión a una causa reconocida, firma un nuevo contrato social y finalmente, moldea el lugar que la institución ocupa en la sociedad"*²

Los directivos institucionales participantes en el certamen perciben la función de la comunicación como "un sistema coordinador, cuya meta

* MARC, Edmond. Dominique. La Interacción Social. Barcelona. Editorial Paidós. Pp. 19

² WEILL, Pascale. La Comunicación Global. Barcelona. Editorial Paidós. Pp. 118

principal es la compaginación de los intereses de la institución y los de los públicos internos y externos, para facilitar el logro de objetivos específicos y, a través de ello, contribuir al bienestar particular, social y nacional."

Si bien es cierto que aún se desconoce por buena parte de los invitados el papel de la comunicación en los programas para el mejoramiento de las organizaciones, a su vez se reconoce la importancia de la comunicación como un eje fundamental en la evolución y transformación de las instituciones para propiciar espacios más libres, igualitarios y participativos, donde todos pueden proponer y juntos construir los contextos de significación propios para el escenario en el cual están inmersos.

Ad portas del siglo XXI, hay que afrontar desafíos más difíciles que en cualquier época pasada y se exigen soluciones creativas e innovadoras. La comunicación se convierte en gestora primordial del cambio en las organizaciones, y los comunicadores organizacionales pueden hacer posibles estos procesos como el resultado de consultar el interés general en todas las decisiones que definan el futuro de nuestra sociedad.

"Cuando la comunicación traza el esquema del futuro de la institución, este futuro es factible"³. Ante esta perspectiva, la comunicación está llamada a actuar como una palanca para la acción y el equilibrio entre lo interno y lo externo, ajustada a la realidad para la vida del sistema institucional.

* Comunicadora Social. Especialista en Gestión Estratégica de Mercadeo. Coordinadora del Área de Comunicación Organizacional.

Bibliografía:

MARC, Edmond. PICAR, Dominique. La interacción social. Barcelona. Editorial Paidós.

WEIL, Pascale. La comunicación Global. Comunicación institucional y de gestión. Barcelona. Editorial Paidós.

Universidad Autónoma de Bucaramanga. Video Primer Foro de Comunicación y Gestión. Facultad de Comunicación Social.



³ WEILL, Pascale. La Comunicación Global. Barcelona. Editorial Paidós. Pp. 136

