

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO COMO DIÁLOGOS DE SABERES Y LABORATORIO EXPERIMENTAL EN EL PREGRADO

FECHA DE RECEPCIÓN: 17 de febrero

FECHA DE APROBACIÓN: 4 de abril

Pp. 23-30.

Por:

*Janis Shirley Gelves Peña**

RESUMEN

El artículo hace un aporte introductorio de la comunicación organizacional, de cómo puede hacerse y cómo puede comprenderse la comunicación organizacional como camino de conocimiento humano. Procurando memorias: en busca de las imágenes palabras y de las metáforas de la organización. Del proyecto del yo comunicador (liderazgo), al comunicador social: ser social (trabajo en equipo), al ser real: pasado, presente y futuro (manejo de conflictos). Estrategias que se pueden realizar con los alumnos mediante charlas, conferencias, seminarios, clubes de lectura, socialización de talleres, lecturas culturales, cine-club, y relatos de experiencias de los alumnos. Un gran laboratorio de proyectos experimentales.

PALABRAS CLAVE

Liderazgo, Competencia, Mediación Social, Comunicación, Cultura, Identidad, Organizacional.

* Trabajadora Social de la Universidad Externado de Colombia, Magíster en Administración de Empresas y Doctora en Comunicación Organizacional por la Universidad de São Paulo, Docente del Programa de leguas Modernas en la Universidad EAN

ABSTRACT

T*he article makes a contribution introductory organizational communication, how it can be done and how organizational communication can be understood as a path to human knowledge. Seeking to memories: in search of words and images of the metaphors of the organization. I project the communicator (leadership), the social communicator: to be social (teamwork), to be real: past, present and future (conflict management). Strategies that can be done with the students through lectures, conferences, seminars, book clubs, workshops, socialization, cultural readings, film club, and stories of experiences of students. A great laboratory of experimental projects.*

KEY WORDS

Leadership, Competition, Social Mediation, Communication, Culture, Identity, Organizational.

1. COMPETENCIAS

Existe acuerdo entre teóricos de las más diversas disciplinas en considerar el cambio como una de las características más significativas y permanentes del quehacer social actual. **Nada es permanente, excepto el cambio**, afirma un proverbio chino que resulta particularmente ilustrativo de esta situación. El cambio no parece conocer límites, y tiene repercusiones en todos los rincones de la existencia social. (...) Desde la vida concreta de las personas, hasta los grupos, las instituciones y las organizaciones sociales. La cultura entera, de un modo u otro, resulta afectada por este proceso de cambio¹. **De aquí se desprende el Liderazgo como competencia central.**

“En mayor o menor medida, todos estamos enfrentados a continuas exigencias de adaptación a estos cambios. A cada paso surgen nuevos problemas y desafíos, para los cuales no siempre estamos bien preparados. El mayor desafío ha sido precisamente el proceso de adecuación de las organizaciones públicas y privadas a las exigencias de mejoramiento de la calidad de los productos y servicios (por la necesidad de producir en condiciones de competitividad para mercados cada vez más amplios), la búsqueda de la excelencia en todos sus procesos y, por supuesto, el perfeccionamiento sustancial de los recursos humanos². De

aquí se desprende la gran pregunta sobre ¿Quién soy? (mis capacidades de interactuar en la sociedad que me toca vivir) y el **Trabajo en equipo, como una competencia fundamental.**

El siglo XXI ha encontrado a la comunicación organizacional como un campo que se desarrolla en forma progresiva, a fin de dar respuesta a la necesidad detectada por las diferentes organizaciones de responder, acertadamente, a las exigencias de la globalización y de la apertura comercial y cultural que aquella conlleva. Ante estos retos, la visión empresarial ya no solo debe estar sustentada en el paradigma de economía, producción y administración que ha marcado el accionar de la empresa desde el siglo XIX, sino que debe incluirse a **la comunicación, la cultura y la identidad** como nuevos ejes de la acción empresarial, ya que estos tres aspectos constituyen el sistema nervioso central de todos los procesos de la dinámica integral de una organización. De aquí se desprende el diálogo de saberes y otra de las competencias clave: **el Manejo de conflictos.**

Desde esta perspectiva la comunicación se constituye en esencia estratégica para los procesos de redefinición de las relaciones de la organización con el entorno, la interacción con sus públicos tanto internos

¹ Competencias claves para la comunicación organizacional. Ruth Pacheco, socióloga, Directora Escuela de Trabajo Social, Universidad del Mar, Viña del Mar. Artículo publicado en la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Ciespal, Ecuador, junio-2005, Número 90.p.70-75.

² Competencias claves para la comunicación organizacional. Ruth Pacheco.

como externos, la definición de identidad y el uso y apropiación tecnológica que se requiere. Y el diálogo del yo individual y social. El diálogo como comprensión y atención profunda, habilidad necesaria para establecer la comunicación entre los diversos sectores de la sociedad. **Es que el comunicador es en esencia un mediador social.**

El espacio académico de **Introducción a la Comunicación Organizacional** suministra al estudiante los elementos prácticos, conceptuales y teóricos necesarios para desarrollar profesionalmente las actividades propias de mediador-comunicador a nivel interno y externo de determinada organización llámese institución, empresa, asociación, organización no gubernamental, etc.

El objetivo de este espacio académico es encontrar y construir los caminos para que el comunicador social estratega se desenvuelva dentro de la organización como gestor de cambio, desde sus funciones como asesor, consultor y traductor de la realidad cotidiana de la empresa, con la habilidad para administrar dentro de un contexto y de unos objetivos específicos, la información que recibe de entorno y expresarla en planes, programas, medios

y campañas que sirvan adecuadamente a los fines para los cuales fueron propuestos. Luego, los estudiantes sabrán producir un Proyecto de Comunicación, además de comprender que la comunicación organizacional construye caminos en el plano práctico, y abre campos de saberes y técnicas para la acción práctica y de reflexión profunda (teoría).

Se busca que el alumno investigue, desarrolle, produzca y comprenda la comunicación organizacional como una posibilidad de la comunicación, para actuar como mediador del complejo mundo actual y alcance poder de movilización de los diferentes públicos de las empresas. El alumno partirá del hecho verídico, procurando las explicaciones más sutiles, emprendiendo un viaje de ida y vuelta, hasta encontrar una composición creativa de las múltiples voces que componen la comunicación organizacional.

Como investigación, la comunicación organizacional es una actividad lúdica que recoge diversas perspectivas en contrapunto, exagera dinámicamente los contrastes y nos lleva a descubrir nuevas formas de leer o ver las realidades humanas, y las variadas posibilidades de diálogos a construir entre los diversos sectores sociales.

2. EL LIDERAZGO COMO COMPETENCIA CENTRAL

El liderazgo tiene que ver con la gestión de relaciones. Es el arte de influir sobre la gente para que trabaje con entusiasmo en la consecución de objetivos en pro del bien común. Un buen líder tendrá la habilidad de influir en los demás actores de una organización para que éstos se orienten al logro de las metas establecidas. La influencia es parte medular del liderazgo. Los líderes eficaces saben cuándo guiar y cuándo seguir. Entre las conductas que desarrolla un líder para favorecer la comunicación organizacional están principalmente: la confianza (logra que sus colaboradores sean capaces de

confiar en él y, además, en ellos mismos); la integridad, que se relaciona fundamentalmente con la honestidad y responsabilidad que demuestra el líder en sus actos y, muy especialmente, la credibilidad. En el liderazgo basado en la credibilidad intervienen factores claves como: la comunicación interpersonal efectiva, el cumplimiento de promesas, la delegación de responsabilidades, la motivación, la valoración de la creatividad y esfuerzo personal, la valoración del trabajo en equipo y la veracidad como paradigma de comportamiento del líder.

3. EL TRABAJO EN EQUIPO, COMO UNA COMPETENCIA FUNDAMENTAL

El trabajo en equipo no significa solamente trabajar juntos. Trabajo en equipo es toda una filosofía organizacional, es una forma de pensar diferente, es un camino que las empresas han descubierto en los últimos años para hacer realmente que el trabajador SE COMPROMETA de veras con los objetivos de la empresa.

Un equipo es un conjunto de personas que se necesitan mutuamente para actuar. Todos los equipos son grupos, pero no todos los grupos son equipos. La noción de equipo implica el aprovechamiento del

talento colectivo, producido por cada persona en su interacción con las demás.

En síntesis, los equipos son unidades compuestas por un número indeterminado de personas, que se organizan para la realización de una determinada tarea y que están relacionadas entre sí, que como consecuencia de esa relación interactúan dentro del mismo equipo para alcanzar los objetivos que se han propuesto alcanzar, reconociendo que se necesitan las unas a las otras para dicho cumplimiento y reconociéndose con identidad propia como equipo.

4. EL MANEJO DE CONFLICTOS COMO COMPETENCIA CLAVE

El conflicto es un fenómeno propio de los seres vivos, que está presente en todas las épocas y edades y que afecta de manera muy importante a la vida de las personas y al desarrollo de las organizaciones.

Se considera que el manejo de conflictos es otra de las competencias claves de la

comunicación organizacional, pues no es posible imaginar una organización sin conflictos, ya que estos son inherentes a la existencia humana. En esta perspectiva, convertir los conflictos en oportunidades de mejoramiento de la comunicación es una habilidad que deberían poseer todos los líderes de la organización.

COMPETENCIAS

CONGLOMERADO	COMPETENCIAS
I. Logro y acción	1. Orientación al logro
	2. Preocupación por orden, calidad y precisión
	3. Iniciativa
	4. Búsqueda de información.
II. Apoyo y servicio humano	• Comprensión interpersonal
	• Orientación al servicio al cliente
III. Impacto e Influencia	• Impacto e influencia
	• Conciencia organizacional
	• Establecimiento de Relaciones
IV. Gerencia	• Desarrollo de otros
	• Asertividad y uso del poder posicional
	• Trabajo en equipo y cooperación
	• Liderazgo de equipo
V. Cognitivo	• Pensamiento Analítico
	• Pensamiento Conceptual
	• Pericia (Expertice)
VI. Efectividad Person	• Autocontrol
	• Autoconfianza
	• Flexibilidad
	• Compromiso Organizacional

5. CONCLUSIÓN

En todo el proceso el diálogo con el alumno permitirá que realice y reflexione sobre las habilidades de ejercer un liderazgo que coadyuve al logro de los objetivos organizacionales en un clima de mejoramiento de la calidad del trabajo y sus condiciones; la capacidad de estimular el trabajo en equipo y, la

habilidad para manejar asertivamente los conflictos que se generan en distintos niveles de la estructura de la organización y/o entre los actores que la integran, ya que se consideran como el conjunto de Competencias Claves (CC) para lograr realmente una comunicación organizacional efectiva.