
Conceptos generales para el estudio de la comunicación en organizaciones

∴ Comunicación

- Proceso complejo de mediación social en el que se genera una multiplicidad de sentidos. Se intercambian mensajes, ideas, experiencias.
 - Este proceso está influido por las relaciones de poder entre los participantes de la emisión y la recepción, y la influencia del contexto sociopolítico.
 - Permite explicar los aspectos intrapersonales, interpersonales y culturales de las relaciones humanas y sociales.
-

∴ Organización

- ❑ Grupo de personas enfocadas en lograr un objetivo en común.
 - ❑ Sólo pueden existir si los integrantes cumplen la misión para la que fue creada.
 - ❑ Desde la comunicación constituyen un fenómeno político y representan una red de conversaciones.
 - ❑ Constituyen un sistema social responsable y participante del incesante diálogo social.
-

∴ Imagen institucional

- ❑ Conjunto de representaciones que tienen los públicos sobre la organización.
 - ❑ Son las ideas, sensaciones y prejuicios que tenemos antes de conocer los servicios o productos de una institución o una empresa.
 - ❑ Se puede valorizar como positiva o negativa.
 - ❑ Estas dimensiones se pueden medir mediante estudios de opinión pública cuali-cuantitativos.
-

∴ Identidad institucional

- ❑ Atributos que configuran el ser institucional: misión, visión, objetivos, marco legal, cultura, valores y acervo histórico.
 - ❑ Es emergente y sus rasgos no son sólo producto de la voluntad de sus miembros, sino de la dinámica organizacional.
 - ❑ Contempla todas las manifestaciones, no sólo lingüísticas.
 - ❑ Coexiste en permanente tensión con su imagen.
-

∴ Comunicación Institucional

- Conjunto de mensajes emitidos, consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente, por instituciones estatales, privadas o de la sociedad civil.
 - Hace posible que las organizaciones puedan afirmar y comunicar sus atributos, a partir de la obsolescencia de las modalidades de identificación originada por la saturación informativa.
 - Existiría aunque no existiera ninguna intención comunicativa.
-

∴ Cultura Organizacional

- Conjunto de pautas éticas compartidas por los miembros de una organización, que influyen en la transparencia de la identidad y de la imagen.
 - Incluye valores, tradiciones, políticas, comportamientos, hábitos y creencias que distinguen el funcionamiento interno y externo.
 - Influye en la responsabilidad social asumida por las organizaciones y se manifiesta a través la visión y los valores.
-

∴. Discurso de Identidad

- ❑ Especifica el lugar que la organización pretende ocupar en el contexto en el que se desenvuelve.
 - ❑ Todos sus enunciados, lingüísticos y no lingüísticos, deben ser coherentes entre sí.
 - ❑ Deviene de una concepción holística de todas las actividades que la organización lleva a cabo.
 - ❑ Es la representación permanente de los valores que constituyen la identidad organizacional
-