

"MANUAL DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL"

GOBIERNO DEL ESTADO

La hiperorganización de la sociedad, los constantes cambios, la expansión de los mercados, la globalización, la calidad y la competitividad son algunos de los mayores retos que deben enfrentar las empresas.

Ante estos retos y en el siglo de los intangibles 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 XIX¹. A este debe incluirse 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.

Desde esta perspectiva la comunicación se constituye en esencia y herramienta estratégica para los procesos de redefinición de las relaciones de la organización con el entorno, la interacción con sus públicos tanto internos como externos, la definición de identidad y el uso y apropiación tecnológica que se requiere

Analizare o me enfocare en la comunicación organizacional en el gobierno del estado como empresa y como se maneja esta en la actualidad y dentro del estado de Jalisco, tratando de ver si es una buena comunicación o un mal manejo de esta para la manipulación de la información hacia la ciudadanía.

Según las últimas investigaciones de Andersen Consulting y de diferentes Universidades Europeas, la formación empresarial más solicitada en este principio de siglo, será el Marketing y la Comunicación (Social y empresarial), Nuevas Tecnologías y todo lo relacionado con la dirección y motivación de equipos humanos.

Profesionalizar aún más la comunicación organizacional podría ser punta de lanza para que las empresas realicen los cambios pertinentes en su cultura de trabajo, determinen identificadores apropiados a su razón de ser, definan claramente su misión y visión empresarial, sus públicos,

logren mayor nivel de compromiso de su personal e interrelaciones mas adecuadas con sus públicos y entornos. Todo ello en coherencia con las necesidades y demandas del mundo globalizado, los mercados y la región en particular.

Mirar la organización desde la comunicación implica un cambio de fondo más que de forma, un cambio que trasciende incluso a la misma organización, ya que nuestras empresas todavía no disponen de modelos avanzados para una cultura empresarial que no esta sustentada en el control, la autoridad y la producción, sino en las relaciones, el conocimiento, la gestión eficaz de la comunicación y la información.

La comunicación dentro de las empresa y sus alcances

La comunicación en una empresa debe basarse en un lenguaje claro, simple y comprensible para el receptor. Debe ser oportuna, el mensaje debe llegar al receptor en el momento indicado. Y debe ser precisa, no debe utilizar adornos lingüísticos ni información innecesaria.

Básicamente, la comunicación en una empresa se clasifica en dos tipos: comunicación externa y comunicación interna:

La comunicación ext es la comunicación en donde el mensaje se dirige hacia fuera de la empresa, es decir, se dirige hacia los consumidores, el público en general, grupos de opinión, etc. Tiene como objetivo informar sobre la existencia de un producto o servicio, informar sobre sus principales beneficios o características, informar sobre las actividades en que participa la empresa, etc.

La interna es la comunicación en donde el mensaje se dirige hacia dentro de la empresa, es decir, se dirige hacia el personal de ésta. Tiene como objetivo informar sucesos, reportar ocurrencias, coordinar actividades, organizar tareas, controlar, motivar, liderar, etc.

Para realizar este tipo de comunicación se utilizan medios tales como murales, intercomunicadores, teléfonos etc.

cabe resaltar como una buena comunicación entre el personal de trabajo y un buen clima organizacional es lo que define la calidad duradera del ambiente interno. El ambiente interno en una organización debe ser esencial para el entendimiento y comprensión de la información que se quiere dar a entender o transmitir de un departamento a otro. La información transmitida debe realizarse de una forma adecuada y coherente con el objeto de adquirir buenas estrategias comunicativas, y gracias a la implementación de estrategias comunicativas se evita el aislamiento que puede generarse cuando se da la división del trabajo.

Se debe destacar como el proceso comunicativo es un factor fundamental en las organizaciones, gracias a este elemento, las empresas pueden alcanzar de forma eficiente las metas propuestas.

Es fundamental tener presente cómo todo el personal de la empresa tiene la responsabilidad de estar informado sobre la cultura organizacional con la finalidad de promoverla y hacerla cumplir, teniendo en cuenta que el gerente esté al tanto de los procesos comunicativos dentro de la empresa, ejecutando una comunicación directa, es decir, cara a cara entre los distintos miembros de los departamentos que conforman la organización, tener un flujo de información efectiva sin mal entendidos y sobre todo, poner en marcha un plan de comunicación eficaz para transmitir la información y que esta fluya correctamente.

La comunicación para el gobierno del estado es vista de una manera muy buena y con bastante campo de desarrollo y crecimiento ya que es el medio vital de esta empresa si así se le puede denominar y se le denomina así anteriormente.

Se busca de una manera más amigable para el usuario comunicar algo desde todos los puntos y como ya se vio durante todo el cuatrimestre en este ramo, todo comunica y por lo tanto la imagen de todo dice algo por eso esta dependencia o dirección se le da bastante relevancia.

Se encarga de informar absolutamente todo dentro de este gobierno y de hacer llegar este mensaje a toda la población, en este caso de Jalisco con nuevas estrategias y con nuevos medios que se van desarrollando a medida y que por consecuencia el gobierno debe estar actualizado y tener una estrategia para el desarrollo de este también.

También se trata de evitar todo lo que se genera a través de la comunicación formal e informal.

Formal Es la propia organización la que establece las vías de comunicación siguiendo los niveles jerárquicos y los protocolos establecidos. Se emplea para transmitir órdenes e instrucciones, o cuestiones relacionadas con el trabajo.

Informal Es la que surge espontáneamente entre los miembros de una empresa movidos por la necesidad de comunicarse, sin seguir los cauces oficiales, lo cual permite agilizar muchos trámites, y en ocasiones permite obtener información adicional.

Por esto mismo se crean, modifican y se expanden los canales oficiales del gobierno y evitar cualquier malentendido de un comunicado etc...

Dentro de la comunicación social que aplica en este aspecto por el giro aplican las siguientes principios:

un proceso natural universal que alcanza su máxima

complejidad en el ser humano viviendo en sociedad;

- interrelación humana que se realiza mediante el uso de signos, generalmente organizado en forma de códigos;
- equivalente a medios de comunicación utilizados por el hombre para transportar mensajes o materiales y productos;
- comunicación como tecnología aplicada a la producción, transmisión y recepción de mensajes;
- sistemas institucionales que facilitan la circulación de mensajes o los producen sistemáticamente: empresas

periodísticas, correos, agencias de noticias;

- ciencia que estudia e investiga los fenómenos en los campos anteriormente mencionados.