

Comunicación Institucional y Corporativa

En este trabajo se abordara el papel de la comunicación institucional y corporativa dentro de las organizaciones así como lo que significa cada una de estas tareas.

El origen de la comunicación institucional llega de la mano de la imagen institucional que reflejaba la gestión de este aspecto de las instituciones, de donde evoluciono hasta convertirse en el área encargada de coordinar los sistemas de comunicación y del desarrollo de la expresión oficial e intencional de la institución. La comunicación institucional regula e integra las relaciones y movimientos de los miembros u áreas de la empresa, gracias a esta función se vuelve una herramienta fundamental para lograr los objetivos y estrategias de las empresas. Además de esto, la comunicación institucional se encarga de la creación de una imagen pública específica, definida y basada de acuerdo a los intereses que la organización busca hacer llegar a sus públicos institucionales. Debe conocer a sus públicos a la perfección e integrar en su trabajo, la consolidación de la identidad e imagen, así como fortalecer la cultura de la institución. Dentro de los objetivos de la comunicación institucional están la integración de los elementos que componen la organización, haciendo que la misma se vuelva una entidad homogénea y trabajar la compenetración de lo que es la institución y lo que muestra a sus públicos, para así lograr que la estructura de la institución sea flexible y adaptable. Joan Costa menciona las cinco propiedades de la comunicación institucional, que son el triángulo de la comunicación (las características de proyección, conducción o impulso e instrumentación de la comunicación), la acción transversal (la comunicación forma parte de todo y recibe y transmite todos los estímulos dentro de la organización), el nuevo vocabulario (la implementación de términos específicos y técnicos de otras áreas dentro del lenguaje diario de la empresa), la gestión global (la comunicación como una red global que le permite fluir eficazmente en la totalidad de la institución), el gestor de la comunicación (el DirCom como el responsable de la comunicación coherente y congruente dentro de la organización). La gestión de la institución trabaja tanto con su público interno como externo, y desarrolla las estrategias para congeniar la imagen con la identidad, desarrollar el perfil de la empresa y dirigir las acciones de comunicación. Por su parte la comunicación corporativa reúne todos los recursos de comunicación que utiliza la organización para llegar a sus públicos, y tiene distintas premisas como, todo comunica en una organización (las acciones hacia afuera y las actividades o actitudes de los miembros comunican), la comunicación corporativa es generadora de expectativas (las acciones de comunicación generan en los públicos la idea de lo que pueden hacer las organizaciones), la comunicación corporativa debe estar integrada (coherencia y trabajo en equipo dentro de la organización). La comunicación corporativa se manifiesta tanto en su conducta corporativa como en su acción comunicativa, en la parte de acción nos referimos a lo que les dice a los empleados, a los consumidores, a sus congéneres y a la sociedad en la que se desenvuelve, en la parte de conducta corporativa entendemos, la conducta interna es decir la labor de los empleados, la conducta comercial como se vende u organiza sus servicios y productos, y la conducta institucional que hace hacia y por la sociedad.

Ambos tipos de comunicación trabajan, coordinan y buscan integran en un mismo mensaje todo lo que la organización es y quiere ser, y sin este trabajo tan específico y fundamental las organizaciones no podrían enfrentar la turbulencia del medio ambiente y a los públicos cada vez más exigentes del mercado.