

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA

Dentro de los textos que en esta ocasión nos toca analizar nos encontramos las definiciones, similitudes y las diferencias entre la comunicación institucional y la comunicación corporativa.

La comunicación institucional como tal fue creada en el siglo XX de la mano de Fayol, Taylor y Weber. A grandes rasgos la comunicación institucional es aquella que se utiliza principalmente en organizaciones que no tienen un fin lucrativo o que no contienen códigos de comunicación como sucedería en otras organizaciones. Aunque también puede generarse dentro de grandes empresas como ayuda a la comunicación normal.

Una definición aceptada mundialmente sobre lo que es la comunicación institucional es la siguiente: *sistema de comportamiento integrado que calibra, regulariza, mantiene, y por ello, hace posible las relaciones entre los hombres*. En una forma más sencilla de entender, la comunicación institucional es el conjunto de interacciones en las que las organizaciones se vuelven sujetos reconocibles de un proceso de comunicación social.

Para resumir, la comunicación institucional es la disciplina que crea, coordina, planifica y supervisa los objetivos comunicacionales respecto a los públicos institucionales. También cabe destacar que algunos de los objetivos fundamentales de esta forma de comunicación es el integrar las estructuras para tener siempre una actitud coherente y única. Otro de los objetivos es mediar entre la identidad y la imagen de la institución.

A la par de la comunicación institucional se encuentra la denominada comunicación corporativa, la cual se ha convertido en uno de los elementos estratégicos más importantes dentro de las organizaciones para que logren sus objetivos finales.

Dentro de la comunicación corporativa existen premisas fundamentales que son consideradas como las bases fundamentales de ésta:

Todo comunica en una organización: Dentro de la organización todos los elementos, tanto humanos como productos y servicios, hablan de cómo es ante el mundo y otras organizaciones.

La comunicación corporativa es generadora de expectativas: Se muestra lo que la empresa espera obtener, la conducta de la organización, sus expectativas generadas, etc.

La comunicación corporativa debe estar integrada: Todos los elementos que conlleva la comunicación corporativa como la publicidad, relaciones públicas, marketing, sponsoring, etc.

Tanto la comunicación institucional y la corporativa ayudan a las organizaciones para tener una mejor forma de relacionarse entre ellas.